

TURISMO DE ESPORTES E PESCA: UM ESTUDO SOBRE O XXV TORNEIO DE PESCA DA GABRIELA EM ILHÉUS – BAHIA

TOURISM AND SPORTS FISHING: A STUDY OF THE XXV FISHING TOURNAMENT GABRIELA IN ILHÉUS - BAHIA

Cristiano de Sant'anna Bahia ¹
Marco Aurélio Ávila ²

Recebido em 24/10/2014

Aprovado em 23/02/2015

¹ Doutorando em Educação Física pela Universidade Federal de Santa Catarina, mestre em Cultura e Turismo. Professor Assistente da Universidade Estadual de Santa Cruz UESC- Departamento de Saúde. Email: csbahia1@gmail.com

² Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria – ULPGC – Espanha. Professor Titular da Universidade Estadual de Santa Cruz. Email: mavila1000@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar as possibilidades de desenvolvimento turístico da cidade de Ilhéus Bahia, por meio do turismo de esportes. Para tal, foi realizada uma pesquisa exploratória com abordagem quali-quantitativa, com aplicação de questionário. Trata-se de um recorte do estudo, em que foi analisada a opinião dos participantes do XXV Torneio de Pesca da Gabriela. Os dados demonstraram que o XXV Torneio de Pesca da Gabriela configura-se em um evento esportivo importante para o desenvolvimento turístico de Ilhéus, tendo em vista a sua história, o alto poder aquisitivo dos participantes, dentre outros fatores. No entanto, verificou-se a desarticulação do poder local, evidenciada na dificuldade em estabelecer relações entre o Esporte e o Turismo e na inexistência de um calendário oficial que divulgue os eventos. O estudo comprovou a viabilidade econômica e social do evento em questão, demonstrado a partir dos efeitos multiplicadores do turismo, como aumento no consumo de bens e serviços, além da possibilidade de minimização dos efeitos da sazonalidade turística.

PALAVRAS-CHAVE:

Turismo de Esportes. Turismo de Pesca. Desenvolvimento Turístico. Ilhéus - Bahia.

ABSTRACT

This article aims to analyze the possibilities for tourism development in the city of Ilhéus - Bahia, through sports tourism. To this end, an exploratory research with qualitative and quantitative approach, a questionnaire was carried out. This is a clipping from the study, which was analyzed participants' perceptions of the XXV Fishing Tournament Gabriela. The data demonstrated that the XXV Fishing Tournament Gabriela configured in a major sporting event for the tourism development of Ilhéus, in view of its history, the high purchasing power of the participants, among other factors. However, there was the dismantling of local government, evidenced in the difficulty in establishing relationships between Sport and Tourism and the lack of an official calendar to publicize events. The study confirmed the economic and social viability of the event in question, shown from the multiplier effects of tourism, such as increased consumption of goods and services, plus the ability to minimize the effects of tourism seasonality.

KEYWORDS:

Tourism Sports. Tourism Fishing. Tourism development. Ilhéus - Bahia

1. INTRODUÇÃO

O turismo de esportes envolve o deslocamento de pessoas para outras localidades, tendo como motivação principal a participação em eventos esportivos e, como motivação secundária, a contemplação das belezas naturais e culturais do local que sedia um evento. O turismo de pesca encontra-se atrelado ao de esportes, diante de suas características de competição em forma de torneios ou campeonatos com regras pré-estabelecidas, organizados por associações, clubes, federações e confederações com a participação de amadores e profissionais. Desta forma, tornam-se segmentos importantes para o desenvolvimento turístico local, tendo em vista a participação, envolvimento e observação em torno do fenômeno esportivo de participantes e familiares (BRASIL, 2006; 2010).

O Brasil vem nos últimos anos investindo nos grandes eventos esportivos como possibilidades de desenvolvimento turístico, como o Pan Americano 2007, Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016. Segundo dados da EMBRATUR (2013), durante a Copa do Mundo de 2014 cerca de 1 milhão de visitantes estiveram no Brasil, gastaram US\$ 1,586 bilhão com gasto médio de US\$ 2.099 com taxa de permanência de 15 dias. Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem a sua imagem de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã.

A quantidade de turistas que utilizam a pesca como fator motivador para as viagens vem crescendo no mundo. Nos Estados Unidos estima-se que existam 40 milhões de norte americanos praticantes do turismo de pesca e no Brasil 26 milhões de pescadores amadores (FABRI, 2006; BRASIL, 2010).

A cidade de Ilhéus já realizou diversos eventos esportivos em parceria com instituições públicas e privadas: cinco etapas internacionais da Copa Mundial de Triátlon (1993, 1994, 1995, 1996, 1997), organizadas pela Confederação Brasileira de Triátlon, em parceria com a prefeitura local;

Campeonato Brasileiro de Triátlon, em 2006; cinco Travessias (maratona aquática) Pontal/Ilhéus, nos anos de 2003, 2004, 2005, 2006 e 2007, organizadas pela Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos, Federação Baiana e TV Santa Cruz; e seis etapas dos Jogos da Mata Atlântica (competição organizada pela prefeitura com a participação de vários municípios baianos e mineiros), além de mais de vinte edições do Torneio da Gabriela.

O turismo na cidade de Ilhéus caracteriza-se pelo uso dos atrativos e das belezas naturais, como praias, rios e pontos turísticos, apresentando inconsistências e uma sazonalidade que impedem seu pleno desenvolvimento. Os estudos de Noia (2008, p. 85) apontam que, no “contexto histórico, a falta de profissionalismo, de domínio técnico, de conhecimento da cultura, do espaço e seus limites, desconhecimento das preferências dos turistas” são fatores impeditivos ao desenvolvimento turístico da cidade.

Na ótica de Mira (2003), outros fatores também contribuem para a construção de barreiras que impedem o desenvolvimento da cidade, como o individualismo presente na formação histórica regional, expressa no *status quo* dominante da cultura do cacau e atuação de cacauicultores como empresários do turismo, desconhecendo princípios básicos de organização do turismo. O autor ainda acrescenta que o setor privado encontra-se desarticulado, não promovendo perspectivas para atrair novos turistas, pensando e agindo individualmente, além de o poder público local não possuir uma política de planejamento direcionada ao turismo e não apoiar atividades de pesquisa e programas institucionais.

Desta forma, estudo buscou analisar possibilidades de desenvolvimento turístico da cidade de Ilhéus, por meio do turismo de esportes, mais especificamente o XXV Torneio de Pesca da Gabriela.

2. TURISMO DE ESPORTES E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Os primeiros deslocamentos que podem ser considerados como origem do turismo, mais especificamente do turismo de eventos esportivos, foram os Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C., que envolviam um grande contingente de pessoas em torno de um determinado espetáculo esportivo, que, naquele momento histórico, ainda não possuía um objetivo econômico,

estando direcionado para competições esportivas de demonstração de força e poder. Já na modernidade, em 1896, o francês Pierre de Coubertin reuniu representantes de 14 países para organizarem os Jogos Olímpicos com dimensões esportivas, com o objetivo de promover a paz e a socialização dos povos através do esporte (MATIAS, 2001).

Um evento de qualquer natureza que congrega pessoas no mesmo espaço com objetivos similares, seja de troca de informações, de caráter social, político, científico, comercial, cultural ou esportivo, poderá ser transformado em atividade econômica geradora de uma série de benefícios para empresas patrocinadoras, para a cidade promotora do evento, para o comércio local, restaurantes, hotéis e para a comunidade em geral (CARNEIRO, 2000; NETO, 2001; ANDRADE, 2002).

Mediante as políticas de incentivo à realização de eventos, a cidade poderá desenvolver um maior incremento de divisas, pois o turista de eventos e negócios apresenta maior gasto médio, em relação ao turista de lazer, retornando mais vezes ao local. Assim, os eventos podem funcionar como estratégia de *marketing* para o destino, divulgando a cidade, minimizando os problemas da sazonalidade turística; aumentando a arrecadação de impostos, possibilitando o crescimento do comércio local e favorecendo o aumento na oferta de empregos (BRASIL, 2008).

Dentro das várias abordagens do turismo e das modalidades de eventos, tem-se o Turismo de Eventos Esportivos, que é praticado por pessoas que participam ou assistem a eventos esportivos. Esta atividade movimentada a economia local com a presença de atletas durante os eventos, além da construção de infraestruturas que são utilizadas para atender determinado evento, como estádios, alojamentos para atletas, restaurantes, hotéis e outros equipamentos que servirão para atrair novos turistas (OLIVEIRA, 1998).

Faz-se necessário diferenciar o turismo esportivo do turismo de eventos esportivos, considerando o fator motivacional que leva o turista a um determinado lugar. No turismo esportivo, o turista vem com o desejo de praticar o esporte por lazer ou treinamento, sem o intuito de competir, já no turismo de eventos esportivos, os turistas frequentam determinada localidade com o objetivo de se apresentar em algum espetáculo ou de competir em provas, campeonatos ou jogos, dentro de qualquer modalidade esportiva (GOIDANICH; MOLETTA, 1998).

Na visão do Ministério do Turismo, os eventos esportivos estão inseridos no Turismo de Esportes, ou seja, qualquer manifestação do esporte que ocorra em determinada localidade, objetivando agregar visitantes, será considerado como uma atividade turística de esporte ou de eventos esportivos (BRASIL, 2008).

O esporte e o turismo possuem uma inter-relação de congraçamento, visto que possibilitam a promoção de diversos tipos de produtos turísticos; o incentivo a eventos e calendários esportivos, induzindo a implantação de equipamentos e estruturas específicas para a prática de esportes, funcionando como indutor da infraestrutura urbana, estimulando a comercialização de produtos e serviços agregados (roupas, artigos etc.); além de práticas e estilos de vida saudáveis, podendo, por fim, transformar as competições esportivas em fatores de sociabilidade (BRASIL, 2001). O turismo de esportes configura-se assim, em segmento turístico que compreende “as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas” (BRASIL 2010, p. 23).

Nas relações estabelecidas entre o turismo e o esporte, existem os motivos desencadeadores das viagens, que poderão apontar para duas vertentes. A primeira vertente eminentemente turística, em que a motivação inicial para o descolamento é o turismo tendo o esporte e o lazer como atividades complementares e ao mesmo tempo integradoras. A segunda vertente eminentemente esportiva apresenta como objetivo principal da viagem à participação em eventos esportivos, como praticantes e ou expectadores (BRASIL 2010).

Além dos benefícios apresentados com a realização de eventos esportivos, existe retorno publicitário aos patrocinadores, ocupando diversos espaços na mídia (televisão, rádio, jornais e revistas), em que o nome e a marca da empresa estarão sendo divulgadas, como também a cidade, em nível regional, nacional e internacional, dependendo da dimensão do evento. O esporte como vetor do turismo de eventos esportivos constitui uma ferramenta de marketing para a divulgação de empresas e marcas, como também, cria oportunidade de novos mercados e fidelização dos clientes existentes (MORGAN; SUMMERS, 2008)

As perspectivas de desenvolvimento local, por meio de turismo de eventos esportivos, devem ser pensadas na ótica de possibilitar a cooperação da comunidade, do poder público e privado em ações

participativas e coletivas que possibilitam o crescimento e o desenvolvimento econômico, social e político do município com bases sustentáveis. Este segmento do turismo possui a possibilidade de construção e valorização do orgulho cívico, do fortalecimento da identidade regional, de impactos positivos na economia, aumento do fluxo de turistas durante e após a realização dos eventos, interações entre o setor público e privado e ampliação e construção de infraestruturas básicas na cidade sede tais como: aeroportos, rodovias e instalações esportivas (REIS, 2008).

Souza (2005, p.5) defende que o “desenvolvimento não deve ser confundido com crescimento econômico, porque os frutos dessa expansão nem sempre beneficiam a economia como um todo e conjunto da população”. Isto significa que um país pode apresentar altas taxas de desemprego, concentração de renda, baixos salários que limitam a mobilização dos bens de produção etc., mesmo diante de altos índices de crescimento econômico.

O desenvolvimento configura-se na existência de crescimento econômico contínuo, em ritmo superior ao crescimento demográfico, envolvendo mudanças de estruturas e melhoria de indicadores econômicos, sociais e ambientais, possibilitando, a médio e longo prazo, o fortalecimento da economia local, a elevação da produtividade e do nível de qualidade de vida da população, com preservação do meio ambiente, criando maior descentralização da renda (SOUZA, 2005).

O crescimento aponta dados quantitativos relativos a índices para responderem a determinadas políticas econômicas, não retratando a realidade geral de determinada comunidade, configurando-se num aspecto do desenvolvimento econômico, enquanto conceito pluridimensional, significando desenvolvimento social, político, cultural, sustentável e humano, ou seja, deve estar sempre acompanhado de possibilidades de possíveis ações de desenvolvimento humano (DIAS, 2003; SACHS, 2004).

Para que aconteça o desenvolvimento de um lugar ou cidade, é importante avaliar o desempenho de indicadores sociais, econômicos e humanos, como o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), que considera, além do PNB *per capita* (Produto Nacional Bruto *per capita*), como expectativa de vida ao nascer, taxas de alfabetização de adultos, paridade do poder efetivo de compra da renda interna, acesso à cultura, relação entre lazer e trabalho e liberdade política; e o IDS (Índice de

Desenvolvimento Social), que analisa as condições materiais da vida da população em termos de remuneração, saúde, educação, habitação, alimentação e transportes (ROSSETTI, 2000).

O desenvolvimento deverá, assim, atender as necessidades básicas humanas e sociais da população local, possibilitando maior acesso à educação, à saúde, ao lazer, a menores índices de desemprego e maior distribuição de renda. Para que determinada localidade ou região promova a atividade turística de forma responsável e sustentável, deve-se pensar na capacidade do município em planejar políticas públicas capazes de envolver os setores públicos, privados e a comunidade, no sentido de articularem ações que facilitem o desenvolvimento a partir da sustentabilidade, econômica, ambiental, cultural e social. Contudo, a realização de eventos a partir do esporte possuem impactos negativos na sociedade, como: lixo, ruídos, fluidos de agentes químicos e esgoto, CO₂ e gases poluentes, detritos do tráfego de veículos, restos de construção e consumo aumentado de energia e água; que deverão ser analisados e controlados pelo poder público de forma sustentável (DACOSTA, 2008).

A atividade turística é um setor importante na geração de emprego e renda, aliado a um planejamento na gestão, considerando-se que o custo de geração de um emprego no turismo é relativamente baixo, especialmente quando comparado com a indústria manufatureira, em que as políticas públicas que visem à geração de emprego e renda teriam, no turismo, a opção de criar novos postos de trabalho a baixo custo e com geração de renda relativamente alta (ARBACHE, 2001 *apud* DIAS 2005).

Os legados deixados pelos turistas em determinado local não se limitam apenas a pagamento de pousadas ou hotéis, mas também aos produtos que são consumidos como serviços e bens de consumo, alimentos, transportes, entretenimento, excursões etc. Sendo assim, torna-se necessário investir paralelamente em campanhas de marketing de eventos, que atendam às expectativas dos consumidores para qualificar os serviços ofertados (BARBOSA, 2013).

Toda essa rede de consumo provoca o efeito multiplicador da atividade turística, que

[...] consiste no produto da interdependência existente entre os diversos setores econômicos, onde a procura por bens e serviços de um setor gera aumento na demanda de bens e serviços procedentes de outros setores, ou seja, é quando a renda destinada ao gasto turístico flui para outras empresas, à medida que as empresas da indústria turística recebem a renda, repõem seus estoques, renovam

seus materiais ou mobiliário, seus fornecedores, pagam salários, impostos, taxas, contas de água, luz, telefone, seguros etc (OMT, 2001, p. 10).

Quando o poder local potencializa a cidade com políticas de desenvolvimento de planejamento das atividades turísticas, em particular o de esportes, não está apenas mobilizando um setor da economia, mas todos os setores envolvidos na cadeia produtiva de bens e serviços direcionados ao atendimento dos turistas. Os legados da realização de eventos esportivos como as melhorias de infraestrutura, intercâmbios entre os saberes e os conhecimentos, divulgação da imagem e crescimento da economia, provocam o aumento do consumo de bens e serviços de diversos segmentos. “Portanto, legado não é apenas uma herança, algo que permanece como patrimônio, mas, sobretudo um fator ativo de geração de impactos econômicos” (PREUSS, 2008, p. 95).

Considerando a Copa do Mundo de 2014, enquanto turismo de eventos esportivos, o Ministério do Esporte apresentou dados relacionados aos impactos econômicos do megaevento. Os relacionados diretamente ao evento estariam em torno do valor de R\$ 47,5 bilhões (26%), e os indiretos em R\$ 135,7 bilhões (74%), impulsionados pelos outros setores que seriam beneficiados pela realização do evento. Além, dos investimentos em infraestrutura de R\$ 33 bilhões, no turismo incremental de R\$ 9,4 bilhões, na geração de empregos 330 mil permanentes e 380 mil temporários, no aumento no consumo das famílias em R\$ 5 bilhões e na arrecadação de tributos em R\$ 16,8 bilhões (BRASIL, 2010).

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos e o SEBRAE (2013), no II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil, o mercado de eventos no Brasil movimentou em 2013 a quantia de R\$ 209 bilhões, representando 4,32% do PIB do Brasil, com a participação de 202,2 milhões de pessoas que gastaram em média R\$ 161,80; impostos nos setores beneficiados pelos gastos dos participantes (hospedagem, alimentação, transporte e outros) atingiram R\$ 48 bilhões de reais uma média de sete empregados fixos por espaço, resultando em 7,5 milhões de empregos diretos, terceirizados e indiretos.

Tabela 1 - Estimativa dos gastos dos participantes de eventos em 2013

Tipo de participante	Número de participantes	Permanência média (dias)	Gasto médio	Gasto total
Residente	151.325.582	1,2	69,22	12.569.708.159,47
Não residente	50.846.204	3,9	437,16	86.688.636.578,77
Total	202.171.787	1,9	161,76	99.258.344.738,24

Fonte: Pesquisa Associação Brasileira de Empresas de Eventos/SEBRAE/, 2013.

Os dados da Tabela 1 comprovam as diversas possibilidades de desenvolvimento local, com o turismo de eventos, em que são mobilizados recursos financeiros importantes de turistas do próprio país, como estrangeiros que visitam determinada localidade para participarem de eventos. Nesse contexto de desenvolvimento, a atividade turística deve ser motivada com objetivo de suscitar mudanças locais positivas, criando espaços de crescimento econômico através da oferta de prestação de serviços, com a geração de novos postos de trabalho, aumento da renda e valorização da cultura singular do local enquanto fator competitivo de atração de novos turistas. O turismo configura-se um grande negócio global, que além de promover o crescimento local, provoca em virtude do fluxo natural de saída e entrada a convivência entre pessoas de culturas e etnias diferentes que estarão em determinado local e tempo consumindo produtos e serviços (PREUSS, 2008, p.95).

3. METODOLOGIA

Este estudo, de natureza exploratória, foi realizado por meio do levantamento bibliográfico, documental e coleta de dados em campo com objetivo de identificar, observar, registrar, analisar e correlacionar fatos às características de determinado grupo (GIL, 2012). Foi utilizada a abordagem qualiquantitativa, combinando diferentes estratégias, métodos e abordagens teóricas em condições de igualdade, considerando que todo método possui vantagens e desvantagens. Nos estágios de planejamento, observação em campo, coleta e análise de dados, as abordagens são utilizadas paralelamente combinadas sequencialmente, sem hierarquia de importância ou relevância (FLICK, 2009).

A pesquisa aconteceu na cidade de Ilhéus, Bahia, considerada como um dos polos turísticos mais importantes do estado, com um patrimônio histórico e cultural fortemente ligado à cultura do cacau,

além de variedade e abundância de recursos naturais. A cidade está localizada a 460 km da capital, Salvador, e tem população de 184.236 mil habitantes (IBGE, 2013).

A amostra foi constituída por 20 participantes XXV Torneio de Pesca da Gabriela de 2008, na praia da Avenida Soares Lopes, em Ilhéus, com as seguintes categorias: geral, máster, juvenil, feminino e masculino. Participaram equipes do Rio de Janeiro, Espírito Santo, Sergipe, Alagoas e Bahia, a partir dos seguintes critérios de inclusão: a) aceitar participar do estudo; b) não residir em Ilhéus; c) ter participado de no mínimo duas vezes do Torneio de Pesca da Gabriela.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário com cinco perguntas abertas e 20 fechadas, objetivando extrair dados que pudessem servir de base para se compreender e analisar a estrutura da cidade e do evento. Os participantes do estudo foram abordados antes e após o início do Torneio, de acordo a disponibilidade dos sujeitos e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Os dados foram analisados e interpretados em três níveis: o primeiro, de interpretação, no qual são verificadas as relações entre as variáveis existentes na pesquisa; o segundo, de explicação sobre os fenômenos que ocorreram na coleta de dados; e, por último, de especificação, momento em que o pesquisador explicita até que ponto as relações entre as variáveis do trabalho são válidas, quais suas origens e limitações (MARCONI; LAKATOS;, 2008).

4. XXV TORNEIO DE PESCA DA GABRIELA

O Torneio de Pesca da Gabriela de Ilhéus é um evento que vem sendo realizado há 25 anos pelo Clube de Pesca de Ilhéus - CLUPESIL, fundado em 23 de maio de 1975, por um grupo de pescadores amantes da prática da pescaria, que começou a fazer intercâmbio de pescadores locais com outros estados, proporcionando o crescimento e a divulgação do esporte¹.

A pesca esportiva em Ilhéus configura-se como o único evento esportivo que conseguiu sobreviver às consequências políticas e econômicas da crise do cacau na região e, em especial, na cidade de Ilhéus. O evento encontra-se citado no *site* do IBAMA – eventos de pesca, como um dos

¹ Informações retiradas do “Jornal Foco Regional”.

acontecimentos mais importantes do calendário esportivo de pesca brasileiro, sendo reconhecido pela sua organização e pelo respeito às leis ambientais.

De acordo com os dados da Confederação Brasileira de Pesca e Desportos Subaquáticos (CBPS), acontecem anualmente cerca de 50 competições esportivas de pesca no Brasil, por ano. A entidade possui um calendário anual de eventos de pesca, em que distribui todas as competições pelos meses do ano, preocupando-se com a organização das datas para não coincidirem, possibilitando a participação dos atletas em todos os eventos.

A vigésima quinta edição do Torneio de Pesca da Gabriela, analisada nesta pesquisa, , aconteceu em novembro de 2008, na praia da Avenida Soares Lopes, em Ilhéus, com as seguintes categorias: geral, máster, juvenil, feminino e masculino. Participaram equipes do Rio de Janeiro, Espírito Santo, Sergipe, Alagoas e Bahia. O evento contou com o apoio da Secretaria de Turismo de Ilhéus, da Confederação Brasileira de Pesca e Desportos Subaquáticos (CPBDS), e da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), com o apoio e a colaboração dos monitores do curso de Educação Física.

5. Perfil dos participantes do XXV Torneio de Pesca da Gabriela

Os participantes de eventos de pesca possuem características similares quanto ao perfil socioeconômico, pois são pessoas com alto poder aquisitivo e tempo livre para o turismo e o lazer. Segundo informações do IBAMA, existem cerca de 3 milhões de pescadores esportivos no Brasil, e 200 mil deles são licenciados (MARTOS; MARTOS, 2005). Diante do número de pescadores existentes no Brasil, com potencial e poder aquisitivo, este segmento do turismo poderá se tornar um grande “filão do mercado”, no sentido de mobilizar atletas para os lugares que realizam as provas de pesca, além da divulgação do local.

Os dados da pesquisa mostraram a predominância do gênero masculino (70%) sobre o feminino (30%), sendo 19 entrevistados do Espírito Santo e um de Alagoas, devido ao intercâmbio existente com a Bahia. Os pescadores ilheenses visitam constantemente a cidade de Vitória - ES para participarem dos eventos de pesca. Com relação ao grau de escolaridade, 40% dos participantes

possuíam ensino médio completo, 5%, fundamental incompleto, 10%, nível superior incompleto, 30%, superior completo, 10%, especialização e 5%, mestrado.

O alto poder aquisitivo dos participantes foi comprovado pelo tipo de ocupação e a renda mensal declarada, sendo 35% empresários, 5% autônomos, 15% funcionários públicos e 45% aposentados. Quanto à renda, 40% percebem salário acima de R\$ 5.977,00 e 35% possuem renda média de R\$ 1.868,50. Analisando o tipo de ocupação e a renda média dos participantes, percebe-se que é um evento importante para a economia local, pois os atletas possuem um alto poder de aquisitivo em função da renda mensal (Tabela 2). Na pesquisa realizada pela FIPE em janeiro de 2009, na cidade de Ilhéus, os turistas entrevistados declararam uma renda média em torno de R\$ 3.854,17, similar à renda média dos entrevistados desta pesquisa que foi de R\$ 3.922,75.

Tabela 2 - Renda mensal dos participantes

Renda Mensal	Nº de Indivíduos	(%) Relativo à Amostra
De 416 a 1245	2	10
De 1246 a 2491	7	35
De 2492 a 3786	2	10
De 3787 a 4732	1	5
Acima de 5977	8	40
Total	20	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2008.

Para Borguetti e Ostrenky (2002 apud MARTOS; MARTOS, 2005, p. 388), a “pesca esportiva está vinculada a um dos setores econômicos que mais crescem no mundo: o turismo, com expansão estimada em 57% nos últimos 10 anos”. Estima-se que, no Brasil, pelo menos 30 milhões de pessoas utilizam a pesca esportiva como motivação de lazer e ocupação do tempo livre.

Assim, o torneio de pesca de Ilhéus já acontece há mais de vinte anos e é um evento que possibilita a visita de novos turistas à cidade, além da geração de divisas para o município, pois os participantes, conforme dados da pesquisa, possuem alto poder aquisitivo, favorecendo o crescimento e o fortalecimento da economia local.

6. INFORMAÇÕES SOBRE A VIAGEM E A PERMANÊNCIA DOS PARTICIPANTES NA CIDADE

Os participantes dos eventos esportivos realizam suas viagens sempre acompanhados, utilizam o tempo da competição para também usufruírem do lazer com a família, os amigos e os colegas de modalidade esportiva. Dos 20 entrevistados, 95% tiveram suas viagens custeadas com recursos próprios e apenas 5%, por meio de clubes e associações.

Na pesquisa realizada, constatou-se que 30% viajaram com os amigos, 40% com a família e 30% com a comissão técnica. O meio de transporte mais utilizado para o deslocamento da cidade de origem para Ilhéus foi o ônibus de delegação, em que 75% dos atletas o utilizaram e 25% chegaram à cidade com veículo próprio.

O turismo de eventos esportivos é um segmento que possui particularidades como o fato de os atletas sempre viajarem acompanhados de família, amigos e comissão técnica, possibilitando, à cidade que realiza o evento, maior rotatividade de visitantes. A outra característica importante para a cidade promotora do evento esportivo é a possibilidade de acontecer na baixa temporada, em que os atletas e acompanhantes terão melhores condições de preços nos serviços de hospedagem, alimentação e transporte, favorecendo conseqüentemente o comércio local (MARTIN, 2003).

Buscou-se também analisar a relação do efeito multiplicador do turismo de eventos para a cidade Ilhéus, ou seja, a influência nos meios de hospedagem, o tempo de permanência e gasto por dia de cada participante.

Com relação aos meios de hospedagem observa-se que 80% dos atletas entrevistados hospedaram-se em hotéis e 20% em pousadas, demonstrando o poder de compra elevado da amostra, pois os preços dos serviços praticados em hotéis geralmente são superiores aos de pousadas e 85% da amostra permaneceram na cidade 3 ou 4 dias.

Analisando os dados da Tabela 3, percebeu-se que os atletas entrevistados tiveram um gasto médio de, no mínimo de R\$ 51,00; 75% tiveram um gasto de até R\$ 250,00 diários; e 25%, acima deste valor, denotando que os participantes do Torneio de Pesca possuem uma capacidade grande de

gasto na cidade. Desta forma, eventos dessa natureza merecem maior atenção do poder público e da iniciativa privada, tendo em vista a geração de emprego e renda, em função do seu efeito multiplicador.

Tabela 3 - Gasto total na viagem pelos atletas

Gasto Total/dia	Nº de Indivíduos	(%) Relativo à Amostra
De 51 a 100 reais	6	30
De 101 a 150 reais	2	10
De 151 a 200 reais	4	20
De 201 a 250 reais	3	15
De 301 a 400 reais	2	10
Acima de 401 reais	3	15
Total	20	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2008.

A realização de um evento esportivo proporciona a chegada de visitantes das mais diversas partes do país e do mundo, que precisam de transporte, recepção, hospedagem, alimentação, diversão etc., favorecendo a ampliação de bens e serviços, “uma vez que os participantes aproveitam a viagem para realizar passeios, compra de produtos típicos, gastando mais que um turista comum e gerando lucro para o núcleo receptor” (FONTES, 2002, p. 36).

7. PERCEPÇÕES EM RELAÇÃO À CIDADE E AO EVENTO

A cidade que realiza um evento esportivo deve estar bem preparada para receber atletas/turistas e apresentar condições positivas de receptividade, proporcionando, ao visitante, momentos de tranquilidade e também de lazer.

Os entrevistados declararam que os principais pontos negativos da cidade foram a sujeira e os pedintes, demonstrando que o poder público local precisa melhorar as condições de infraestrutura e de políticas públicas sociais que atendam à comunidade local, conforme verificado na Tabela 4.

Tabela 4 – Análise dos pontos negativos da cidade de Ilhéus na visão dos atletas

Pontos negativos	Nº de Indivíduos	(%) Relativo à Amostra
Distância da praia – acessibilidade	3	15
Falta de estrutura de atendimento ao turista	3	15
Sujeira	6	30
Falta de atrativos	3	15
Pedintes	5	25
TOTAL	20	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2008.

Quando se pensa em turismo de eventos esportivos, como o desenvolvimento turístico de uma região ou município, é necessário conhecer o nível de satisfação dos visitantes, sendo divulgadores da cidade em outros lugares, provocando possível aumento no fluxo de turistas. Dos entrevistados, 80% já conheciam a cidade e 20% ainda não a conheciam, 85% voltariam à cidade por outros motivos e apenas 15% não retornariam.

A satisfação do turista quanto à cidade e ao evento pode se tornar um aspecto importante na fidelização do atleta/turista em eventos futuros. Com relação à situação da cidade para a realização do evento de pesca, 65% deles apontaram como muito boa, 30% boa e 5% regular .

O nível de satisfação do participante de um evento esportivo torna-se uma variável importante para análise da viabilidade do mesmo, pois demonstra sua capacidade de sustentabilidade. Dos participantes do Torneio de Pesca realizado em Ilhéus, 65% declararam-se “muito satisfeitos”, enquanto os demais 35% “satisfeitos”, comprovando que o evento promoveu a satisfação de todos os participantes da amostra. Tal situação é consequência da história do evento, que é realizado em Ilhéus há 25 anos, fazendo parte do cronograma anual da Confederação Brasileira de Pesca e Desportos Subaquáticos.

Quando acontece um evento esportivo, existem duas partes distintas, uma que produz e comercializa o evento e a outra que compra e consome. Assim, é necessário existir um elo que favoreça as duas partes de forma rentável e sustentável (FONTES, 2002). Os dados da pesquisa

demonstraram que existiu interligação entre os setores, pois todos os participantes apresentaram um alto nível de satisfação com o evento.

Tabela 5 – Motivação em participar do evento, satisfação com o nível dos atletas e divulgação do evento

Motivação	Nº de Indivíduos	(%) Relativo à Amostra
Premiação	1	5
Visita à cidade	8	40
Socialização com amigos	11	55
Total	20	100

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2008.

A motivação para a realização da viagem é o principal fator para o deslocamento de pessoas do local habitual. No caso específico deste estudo, esperava-se que a motivação inicial fosse a participação no torneio de pesca, mas os dados da pesquisa mostraram que a visita à cidade e o encontro com os amigos foram os fatores principais da participação dos atletas no evento. As pesquisas internacionais apontam que os eventos esportivos provocam impactos econômicos, mas também sociais e culturais, transcendendo para dimensões educacionais e culturais, com enfoque interdisciplinar (RAMALLAL, 2004).

Nessa motivação inicial dos indivíduos que participaram do torneio de pesca em Ilhéus, em que são estabelecidos relacionamentos afetivos e sociais durante os eventos, verificou-se que aspectos afetivos sobrepujaram os aspectos competitivos, tão presentes nas competições esportivas desde a antiguidade.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cidade de Ilhéus despertou para o turismo devido a sua defasagem na economia e instabilidade social, provocada pela degradação da lavoura cacaueteira na região sul da Bahia. Assim, o turismo surgiu com alternativa, objetivando geração de empregos e renda, utilizando os recursos naturais, históricos e culturais.

Os dados da pesquisa demonstraram que os atletas e participantes do XXV Torneio de Pesca da Gabriela, encontravam-se satisfeitos com a realização do evento. Apresentaram como principais pontos negativos da cidade a sujeira e a falta de atrativos; e positivos, a hospitalidade e as belezas naturais.

Com relação às potencialidades e os limites para a elaboração de políticas de desenvolvimento turístico de Ilhéus, a partir dos eventos esportivos, conclui-se que a cidade necessita melhorar a sua infraestrutura básica, pois ainda possui problemas de urbanização, limpeza pública, saneamento, segurança e capacidade de atendimento turístico, além da oferta de atrativos.

É visível a desarticulação entre os atores sociais, especialmente no que se refere a integração entre esporte, lazer e turismo. As políticas de turismo pensadas, elaboradas e articuladas ainda não são comuns no Brasil, assim, é papel do município, através de sua organização política, exercer a função de orientador da atividade turística local, articulando sociedade civil organizada, empresários da área do turismo e comunidade em geral, construindo um Plano de Desenvolvimento Turístico direcionado para a sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental (DIAS, 2003).

Enfim, a pesquisa mostrou que há necessidade de um planejamento turístico mais adequado, que possa interligar o setor público e o privado, na idealização de novas possibilidades de desenvolvimento local, a partir do planejamento e da execução de novos eventos esportivos, além dos que já acontecem na cidade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. 2.ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS; SEBRAE. **II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil**. Florianópolis: Expo, 2013.

BARBOSA, S. F. Planejamento Estratégico para Eventos: Um Estudo de Caso das Estratégias de Marketing Utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/Rs. **Revista Cultura e Turismo – CULTUR/UESC ILHÉUS- Bahia, ano 07, n 01, fev/2013. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano7-edicao1/5.barbosa-2.pdf>**. Acessado em: 10/01/15.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2008. 44 p.

_____. Ministério do Turismo. **Turismo de pesca: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

_____. Ministério do Esporte. Impactos econômicos da realização da Copa 2014 no Brasil. Brasília: Ministério do Esporte, 2010.

CARNEIRO, R. A. **Identificação do comportamento do turista de eventos esportivos a partir de uma análise de critérios de avaliação dos serviços turísticos na Cidade de Maringá**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

DACOSTA, L. Meio ambiente e Sustentabilidade. IN: RODRIGUES, P.R.; PINTO, M.M.L.; TERRA, R.; DACOSTA, P.L. (ORG). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003. ok

_____. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

EMBRATUR. 500 dias para a Copa. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembratur/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/>. Acesso em 20/09/14.

FABRI, J.B. Pesca. In: DA COSTA, L. (ORG). **Atlas do Esporte no Brasil**. CONFEEF: Rio de Janeiro, 2006.

- FLICK, U. **Qualidade na Pesquisa Qualitativa**. Tradução: Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FONTES, B. J. N.. **Estratégias para Eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.
- GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- GOIDANICH, K. L.; MOLETTA, F. V.. **Turismo Esportivo**. Porto Alegre: SEBRAE, 1998.
- IBGE – INSTITUTO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Perfil das cidades do Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2013.
- MARCONI, M. D A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARTOS, G. H. Y. M.; MARTOS, L. H.. Turismo de Pesca. In: TRIGO, Gonzaga Godoi Luiz (Org). **Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.
- MATIAS, M. **Organização de eventos**. São Paulo: Manole, 2001.
- MARTIN, V. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.
- MIRA, É. C. **Fatores Impeditivos da Formação de um Cluster Turístico Cultural de Ilhéus - Bahia**. 2003. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo), Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2003.
- MORGAN, J.M.;SUMMMERS, J. **Marketing Esportivo**. São Paulo: Thomson, 2008.
- NETO, M. F. P. **Marketing de Eventos**. 3.ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.
- NOIA, A. C. **Por uma Perspectiva Endógena do Turismo: avaliação, expectativas, participação e identidade de residentes da cidade de Ilhéus – BA**. 2008. 115f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo), Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, 2008.
- PEREIRA, E. O desporto como Cluster do Turismo. IN: BENTO, Olimpio Jorge; COSNTANTINO, Manuel José. **Em defesa do desporto: mutações e valores em conflito**. Portugal Coimbra: Almedina, 2007.
- PREUSS, H. Tendências atuais do conhecimento sobre a gestão e economia de megaeventos e legados esportivos. IN: RODRIGUES, P.R; PINTO, M.M.L; TERRA,R.; DACOSTA, P.L. (ORG). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008.
- OMT - Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- OLIVEIRA, P. A. **Turismo e Desenvolvimento - Planejamento e Organização**. Florianópolis: Terceiro Milênio, 1998.

RAMALLAL, G. M.. El espectáculo deportivo y el turismo: deporte de massas, turismo de massas?. Um estudo de caso:la Champions League em A Coruña. In: SOUZA, Alvarez Anton. **Turismo, ócio y deporte**. Espanha: Universidade da Coruna, 2004.

REIS, C. A. Megaeventos e Turismo: uma breve revisão. IN: RODRIGUES, P.R; PINTO, M.M.L; TERRA,R.; DACOSTA, P.L. (ORG). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008.

ROSSETTI, J. P. **Introdução a Economia**. 18 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ROSE, A. T.. **Turismo: Planejamento e Marketing**. São Paulo: Manole, 2002.

SACHS, I. **Desenvolvimento Includente, Sustentável, Sustentado**. Rio de Janeiro: Garammond & SEBRAE, 2004.

SOUZA, Nali de Jesus. **Desenvolvimento Econômico**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

TRIGO, G.G.L. Lazer, Hospitalidade e culturas regionais e locais. IN: PINTO, M.S.M.L (ORG). **Lazer, Turismo e Hospitalidade**. 2ed. Brasília: Ideal, 2011.