



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



CENTRO DE VISITAÇÃO – ESTÁDIO OLÍMPICO DO PARÁ

EDGAR PROENÇA.

Área temática: Cultura

Jonathan Rodrigues Nunes¹; Patrícia Souza Gois²; Vânia Lúcia Quadros

Nascimento³.

Universidade Federal do Pará (UFPA)

Resumo:

Tornar os estádios em espaços que possibilitem à população práticas esportivas e entretenimento é um desafio atual. Neste sentido, este trabalho objetiva apresentar os resultados parciais do projeto de implantação e coordenação do Centro de Visitação do Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (EOP). A metodologia de implementação do projeto contemplou além de pesquisas bibliográficas e documentais, atividades práticas, que consistiam, e continuam a consistir, na condução de visitantes do espaço do estádio, ambas realizadas por alunos bolsistas da Faculdade de Turismo da Universidade Federal do Pará (UFPA). As pesquisas iniciais possibilitam a construção do arcabouço teórico que alicerça a condução das visitas pelos bolsistas. Os dados obtidos, a partir das informações coletadas após as visitas, permitiram concluir que o Centro de Visitação possui uma demanda real e efetiva e que, com o fomento das mesmas, esse quantitativo tende a aumentar. Concluiu-se, também, que a implantação e o desenvolvimento do projeto tem colaborado para com o desenvolvimento intelectual, cultural dos discentes assim como à formação acadêmica e profissional deles

Palavras chave: Cultura, Mangueirão, Turismo.

¹Universidade Federal do Pará (UFPA); Bacharelado em Turismo

²Universidade Federal do Pará (UFPA); Bacharelado em Turismo

³Universidade Federal do Pará (UFPA); Professora Doutora do Curso de Turismo da Faculdade de Turismo





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



1. Introdução

O Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (EOP) foi inaugurado pela primeira vez em 03 de março 1978. Naquele tempo com estrutura física bem menor do que se vê hoje. De início, recebeu outro nome: se chamava Alacid Nunes – em homenagem ao então governador e responsável pela construção do mesmo.

No cenário do esporte paraense, o Estádio Mangueirão, como popularmente é chamado, tem sido palco de grandes jogos e eventos esportivos, tendo se tornado parte da vida cotidiana de uma grande parcela da comunidade local. Esta o busca tanto para praticar atividades físicas em seu entorno quanto para conhecer suas instalações. Além disso, o espaço serve como sede de projetos como PROPAZ, Vida Ativa na Terceira Idade e de área de treino para os cadeirantes do Clube All Star Rodas.

O Estádio Olímpico pertence ao Governo do Estado do Pará e é gerido pela Secretaria Estadual de Esporte e Lazer (SEEL). Em 2001, ele passou por uma grande reforma, tendo sido eliminada a arquibancada popular, chamada de geral, dando lugar a uma pista de atletismo. Foi, então, reinaugurado em 01 de maio de 2002, sob a denominação Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença, em homenagem ao notável jornalista da Rádio Club.

A estrutura física nova conta com 45.007 em número total de assentos, 2 telões de LED, 28 bares e 96 banheiros, sendo 62 nas arquibancadas. Para acessar o interior do estádio são disponibilizadas 12 entradas, divididas em 6 bilheterias e 6 estacionamentos, sendo um para cada bilheteria. E os estacionamentos contam com 5.076 vagas para veículos.

É importante evidenciar sua relevância como símbolo cultural do Pará, uma vez que muito da história do esporte local aconteceu dentro de seus muros. A partir dessa visão, o turismo pode atuar como protagonista no processo de valorização do espaço, pois através da visitação é possível ampliar a percepção das pessoas para o valor do referido patrimônio. É possível, ainda, expandir sua capacidade de abrigar não apenas eventos esportivos, mas também sediar grandes shows, convenções, encontros eclesiais, etc., pois o mesmo possui infraestrutura para tal.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

O estádio já recebeu muitas partidas esportistas importantes, inclusive jogos da Seleção Brasileira de Futebol, entre eles o maior clássico das Américas: Brasil x Argentina. Foi durante este jogo que a torcida paraense protagonizou um espetáculo à parte, cantando o Hino Nacional Brasileiro à capela. Tal atitude emocionou o país e foi repetida durante os outros jogos da Seleção pelo território brasileiro, inclusive durante todos os jogos canarinhos nas Copas das Confederações e do Mundo de 2014.

O espaço costuma receber jogos do Campeonato Brasileiro, Copa Verde, Campeonato Paraense, entre outros. Porém, os mais significantes são os RE x PA, clássico do futebol paraense protagonizado pelos dois expressivos clubes, o Club do Remo e o Paysandu Esporte Club, times rivais que são donos das maiores torcidas do Pará e que possuem maior representatividade no futebol local. Quando se reúnem no Mangueirão, tanto as torcidas quanto os times proporcionam um grande espetáculo de amor ao futebol, transformando o lugar em um verdadeiro solo sagrado do esporte.

O EOP também possui tradição em sediar eventos de Atletismo. Depois de sua reinauguração em 2002, até 2009 e em 2013, se tornou sede do Grande Prêmio Internacional de Atletismo, sendo que em 2004 conseguiu atingir a marca recorde de mais de 42.000 espectadores presentes. A participação expressiva do público gerou reconhecimento internacional para o estádio e para o evento, uma vez que foi o maior público registrado em uma competição dessa modalidade esportiva na América Latina, trazendo notoriedade para o estádio por sediar um evento não vinculado ao futebol e conseguir uma participação expressiva da população.

Como palco de grandes manifestações culturais, o incentivo à visitação turística dentro de estádios é hoje um dos nichos mais promissores do turismo urbano, pois incentiva não só o comparecimento de turistas, mas também dos moradores locais. Entretanto, é necessário financiamento nos estádios para criação de mais espaços de convivência. Bem como para o fomento ao resgate e valorização da história contida no monumento e sua representatividade perante a sociedade.

Atualmente, os estádios de futebol estão se tornando verdadeiros centros de lazer e entretenimento, pois eles

Realização:



Patrocínio:



Apoio:



ISBN: 978-85-93416-00-2



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

[...] passaram, agora, a conviver não mais com outros esportes, mas sim com várias outras opções de consumo do entretenimento e do espetáculo. As novas arenas são espaços onde o futebol deve conviver com shows de música, espetáculos artísticos e outras formas de manifestações culturais e empresariais voltadas para o consumo do entretenimento e do lazer. (ROCCO, 2015, s. p.).

Assim sendo, o consumidor quer usufruir do estádio não apenas em eventos esportivos. Ele deseja, também, sentir-se imerso naquele ambiente, através inclusive de museus, exposições, lojas de artigos autorizados, etc.

Com base no exposto a cima, identificou-se a necessidade de inserir o Mangueirão nesse contexto. Uma vez que ainda não há um planejamento e/ou direcionamento adequados para que os visitantes/turistas possam apreciá-lo como importante símbolo da cultura paraense que é. Isto apesar de o mesmo ser de grande representatividade para a sociedade da qual é patrimônio e de já receber alguma demanda de visitas.

Porém, essa não é uma deficiência apenas do EOP. De acordo com Pinheiro (2012, s. p.), no Brasil, e em comparação com clubes europeus e americanos, pouco se explora o potencial de marketing que as sedes do futebol possuem. Elas são, por si só, um meio de despertar interesse e fidelizar o torcedor, quando disponibilizam para ele experiências além-jogo.

Para o mesmo autor, na Europa e nos Estados Unidos, os torcedores são tratados como clientes - com infraestrutura confortável, segurança e programas de fidelidade. Todavia, no Brasil essas ações ainda precisam avançar. O que ainda se vê é que grande parte do marketing esportivo brasileiro provém de patrocínios e produtos que nem sempre estão relacionados com o esporte.

Constatou-se que nos anos de 2014 e 2015, o EOP recebeu apenas dois eventos não desportivos de grande porte, os quais foram de cunho religioso, a saber, o aniversário da Igreja do Evangelho Quadrangular, em 2014; e o Programa Super Impacto Belém da Igreja Adventista, em 2015. Portanto, é necessário que se desenvolvam ações que contribuam para atrair esse tipo de programação para o referido estádio. Isto, pois, dentro do contexto de mercado, os estádios de futebol podem funcionar também como sede de eventos, a fim de diminuir sua ociosidade e gerar divisas para que se tornem autossustentáveis.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

De acordo com Rocco (2015), os estádios atualmente já são construídos com o intuito de aproximar o esporte da indústria do entretenimento. Eles são enquadrados dentro de uma lógica mercadológica voltada para a dinamização e multifuncionalidade do espaço. Nessa perspectiva, é possível afirmar que o momento pede espaços funcionais, que abriguem muito mais que partidas esportivas, que sirvam de cartão postal para seu município e que também desempenhem o papel de estandarte para a cultura local. Assim como através de ações elaboradas, consolidem a relação pessoal com o torcedor que vem sendo tratado como consumidor.

Com base no panorama acima delineado, o presente trabalho objetiva apresentar os resultados parciais do projeto “Centro de Visitação – Estádio Olímpico de Pará Edgar Proença”. Ele ressalta que este projeto visa ampliar a funcionalidade desse estádio para além de atividades desportivas, melhorando a sua visibilidade como símbolo da cultura paraense. Isso mediante a realização de um levantamento histórico e documental do lugar, promovendo o resgate da memória contida na edificação, de maneira a conhecer sua importância cultural ao longo de seus mais de 40 anos de história.

O projeto prevê a realização de visitas inclusivas para pessoas deficientes ou com dificuldade de locomoção, tornando o estádio acessível aos mais variados tipos de público. As visitas guiadas pelas instalações do estádio objetivam mostrar, aos turistas e comunidade local, a história contida no mesmo, bem como um pouco da cultura paraense através de uma linguagem universal, o esporte. Uma vez que, de acordo com Pinheiro (2012, s. p.),

Uma das formas encontradas para se conquistar, fidelizar e manter os torcedores como parceiros é a transformação do estádio em um local atrativo não só em datas que ocorram jogos, para isto os clubes se fazem valer de museus, tours pelos bastidores, lojas de produtos licenciados e restaurantes, para aumentar a participação do torcedor no cotidiano do clube, sempre com um preço especial ou até gratuidade para aqueles que são sócios.

De tal modo que, trazendo o estádio para o cotidiano do visitante/turista, também se promove o lugar, pontuando sua importância junto à cultura local.

O processo de operacionalização do projeto articula ensino, pesquisa e extensão. Nele os conhecimentos adquiridos pelos discentes em sala de aula são complementados por meio de pesquisas realizadas previamente para embasar condução das visitas.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

Durante isto, os bolsistas têm a oportunidade de colocar em prática tudo o que aprenderam e, ainda adquirimos conhecimentos novos.

O ensino faz-se importante à medida que serão necessárias bases metodológicas para que as visitas sejam conduzidas de maneira plena. E igualmente para que as informações e trocas de experiências compartilhadas possam ser absorvidas ao máximo possível. Assim sendo a pesquisa se torna um dos pilares das atividades que norteiam o projeto.

2. Material e Metodologia

O processo metodológico para a implantação do Centro de Visitação tem congregado pesquisa bibliográfica e documental e a atividade prática. Uma vez que os conhecimentos apreendidos nas primeiras estão servindo de base para que as visitas ao EOP sejam implementadas da melhor maneira possível. Neste sentido, foi elaborado um roteiro de visitas cuja condução é de responsabilidade dos bolsistas da Faculdade de Turismo da UFPA que atuam no âmbito do projeto em discussão.

As pesquisas bibliográfica e documental iniciais foram realizadas in loco no Estádio Olímpico, nos arquivos da SEEL, bem como em periódicos. Sequencialmente, foi realizada a análise das informações adquiridas para sua posterior utilização, tanto na estruturação do roteiro das visitas quanto para subsidiar a explanação dos bolsistas durante elas.

Na fase de estruturação do roteiro das visitas foram realizadas visitas técnicas nas dependências do estádio. Tanto para que fossem identificados os pontos que pudessem despertar o interesse dos visitantes em conhecer e, também, se é onde eram necessárias adaptações para que as pessoas com dificuldade de locomoção possam transitar livremente. Por sua vez, as sugestões dos funcionários mais antigos do estádio e a observação in loco estão subsidiando a elaboração do Manual de Conduta do Visitante, o qual contribuirá para nortear a postura dos visitantes durante as visitas.

Feitas as devidas intervenções necessárias, o roteiro de visitas foi posto em prática em uma fase de testes que se estendeu durante os meses de janeiro a abril deste ano de 2016. Durante esse período foram avaliados fatores como tempo de percurso, informações disponibilizadas, sinalização, paradas, interesse do visitante/turista, etc.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



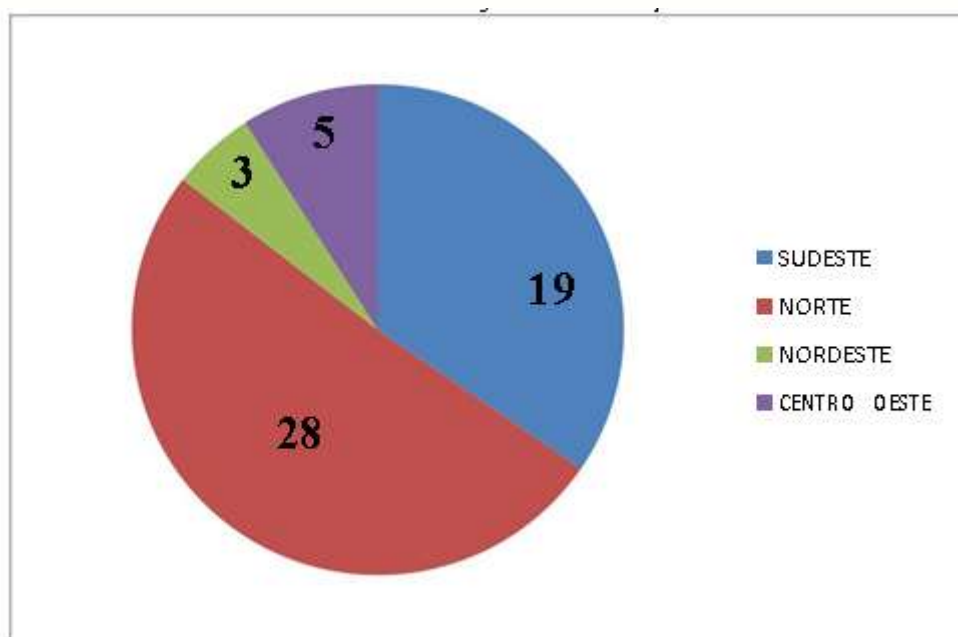
07 a 09 de setembro de 2016

Após esse período foi realizado um evento de lançamento do Centro de Visitação, que contou com a presença de autoridades locais e pessoas formadoras de opinião, as quais tiveram a oportunidade de fazer uma visita monitorado ao local, conhecendo todas as estruturas do estádio.

3. Resultados e Discussões

O Centro de Visitação Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença tem alcançado resultados satisfatórios. Isso mesmo nesta fase inicial de suas atividades e sem ter sido realizado qualquer tipo de divulgação, o que somente aconteceu com o evento de lançamento. Isto pode ser observado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Número de visitantes de janeiro a março de 2016.



Fonte: Dados do Projeto (2016).

De acordo com o Gráfico 1, o Estádio Olímpico recebeu um quantitativo de 55 visitantes. Desses a maioria (28 visitantes) era da região Norte e a minoria na região Nordeste, com 3 visitantes. O número de visitantes demonstra mesmo em fase inicial, que o mesmo já está sendo procurado por pessoas de todo o Brasil.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

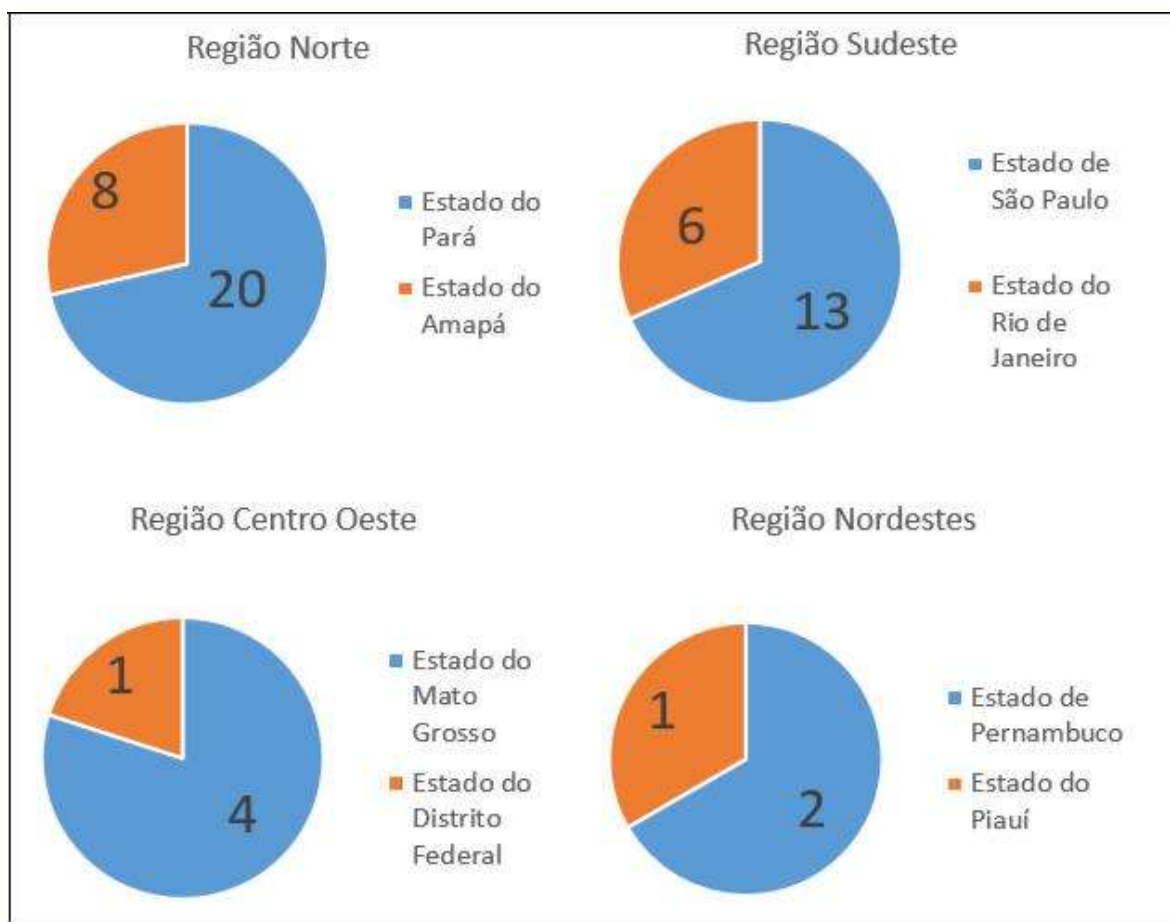


07 a 09 de setembro de 2016

Em termos percentuais, tem-se que a região Norte congrega 51% das visitas. A região Sudeste abrange 34,5%; a Centro-Oeste, 9% e a Nordeste, 5,5%. Até este momento não houve participação de visitantes da região Sul.

Na Figura 1 estão apresentados os quantitativos de visitantes segundo as regiões. Percebe-se, então, que na região Norte, a maioria deles é do próprio estado do Pará (20 visitantes); na Sudeste, é do estado de São Paulo (13 visitantes); no Centro Oeste, o maior é do Mato Grosso (4 visitantes) e no Nordeste, o estado do Piauí (2 visitantes).

Figura 1 – Número de visitantes no ano de 2016 de janeiro a março por região do Brasil.



Fonte: Dados do Projeto (2016).



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

Constata-se, a partir desses números iniciais, considerando os estados de origem do visitante, que a maioria ainda é oriunda do próprio Pará. Todavia, o projeto tem alcançado visibilidade perante os visitantes de todo o Brasil. Isto haja vista que o lançamento do espaço foi divulgado nas mídias televisivas e impressas e suas ações são publicadas na fan page do Centro nas mídias sociais.

4. Conclusão

A implantação do Centro de Visitação no Estádio Olímpico do Pará Edgar Proença (EOP), tem alcançado seu objetivo de modo a ampliar a funcionalidade para além de atividades desportivas. E com isso, melhorando sua visibilidade do estádio como símbolo da cultura paraense. Isto uma vez que os visitantes são levados, através do projeto, a observar a lógica articulada às demais ações ali desenvolvidas e a ter um contato in loco com os espaços restritos em dias de jogo.

Para os discentes de turismo que atuam no EOP, o projeto tem colaborado para o desenvolvimento intelectual, cultural e ambiental deles. Assim como nas suas respectivas formações acadêmica e profissional. Isto no que tange ao desenvolvimento de habilidades e competências previstas no Projeto Pedagógico do Curso de Turismo, que é oportunizar aos alunos um ensino de qualidade e a formação de profissionais geradores de novos conhecimentos.

Todavia, há que se destacar que o projeto está em fase inicial. E a perspectiva é que novas descobertas possam ser realizadas, a partir, por exemplo, do trabalhando com a comunidade do entorno. Com a transformação do estádio em atração turística para os visitantes, há também a possibilidade de se investir na formação de parcerias com empresas hoteleiras e de agenciamento, garantindo uma demanda antecipada.

5. Referências

PINHEIRO, Pedro; ALBERTON, Anete; CANCELLIER, Éverton Luis. Turismo em estádios esportivos: estudo de caso do estádio Beira-Rio. SEMINÁRIO DE PESQUISA EM



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

TURISMO DO MERCOSUL, 7., 2012, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2012. Disponível em: <<http://www.ucs.br/ucs/tpIVSemiTur>> Acesso em: 04 dez 2015.

ROCCO JR, Ary José; MAZZEI, Leandro Carlos; OLIVEIRA, Luciana. Os novos estádios e arenas do futebol brasileiro e a comunicação: o esporte como entretenimento e a cidade como negócio.

In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. Anais...

Rio de Janeiro: INTERCOM, 2015. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/>

resumos/R10-3200-1> Acesso em: 08 dez 2015.

Realização:



Patrocínio:



Apoio:



ISBN: 978-85-93416-00-2