



TURISMO CULTURAL E O FUTEBOL: ESTUDO DE CASO DA SOCIEDADE ESPORTIVA E RECREATIVA CAXIAS DO SUL

Renata Aquino Carraro¹

Resumo: Este trabalho analisa as possibilidades dos times de futebol contribuírem para o incremento do Turismo local. Os jogos costumam mobilizar um grande número de pessoas, que saem de suas cidades para assistir partidas em outros destinos, mas este segmento ainda recebe pouca atenção dos especialistas do setor de Turismo. O futebol e os espaços museológicos junto aos estádios também podem estar inseridos em roteiros turísticos e influenciar para o fomento do Turismo Cultural de uma cidade. Realizado na Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul, o presente estudo apresenta um levantamento da estrutura atual do clube e a capacidade dele estar inserido num contexto do Turismo Cultural da cidade através do resgate histórico do clube.

Palavras-Chave: Turismo; Cultura; Eventos Desportivos; Futebol; S.E.R. Caxias

1. INTRODUÇÃO

O Brasil tem no futebol uma importante atividade reconhecida como um símbolo por grande parte da população, isso identificado em nosso cotidiano. Em muitas cidades do país, os eventos desportivos são rotineiros e motivam o deslocamento das pessoas a fim de acompanhar os jogos e também para conhecer os estádios, os museus e as histórias dos clubes, tendo em vista o interesse que essa prática esportiva desperta no país. Entretanto, essa atividade é, ainda, pouco explorada pelo Turismo e, de acordo com as informações obtidas com as pesquisas realizadas, não se tem dado a atenção devida para tal segmento. Se algumas ações forem realizadas para qualificar as estruturas dos clubes de futebol, e para narrar as suas histórias e seus feitos em museus e memoriais, o esporte pode se tornar importante não apenas no segmento Turismo Esportivo, mas também no segmento Turismo Cultural, já que as suas práticas fazem parte das culturas nacional e local.

A cidade de Caxias do Sul/ RS possui dois times de futebol, a Sociedade Esportiva e

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Relatório apresentado na disciplina de Estágio II, realizada no segundo semestre do ano de 2009, sob orientação da Professora Dr. Susana Gastal

Recreativa Caxias do Sul – SER Caxias e o Esporte Clube Juventude, os quais estão inseridos no roteiro turístico *Là Città* (Da Cidade), elaborado pela Secretaria de Turismo local. A análise de revitalização da memória dos clubes juntamente com o apoio da comunidade caxiense para esta maior interação do futebol com a cultura local concretiza a ideia de que o futebol e o Turismo Cultural podem ser desenvolvidos em conjunto e com grandes resultados.

A realização deste trabalho desenvolveu-se em dois momentos. Primeiramente, como técnica de pesquisa foi utilizada a de caráter exploratório bibliográfico, na qual se buscou conceituar os temas propostos identificando fatores relacionados com os mesmos, além do histórico do clube, do futebol, dos megaeventos esportivos realizados, entre outros, para apresentar uma avaliação formativa através de autores diferentes. Após este levantamento de dados, iniciou-se a pesquisa a campo, para visita à estrutura física do estádio da S.E.R. Caxias, o Francisco Stedile e, utilizando-se o aspecto descritivo, foram realizadas entrevistas com alguns profissionais do clube, entre eles com Maíra Lourenço, da Assessoria de Relações Públicas da S.E.R. Caxias, para conhecer os projetos em andamento, resgatar informações da atualidade, de como é o funcionamento do local, entre outras questões. Portanto os resultados obtidos nesta pesquisa são de caráter qualitativo, objetivando descrever uma realidade que não pode ser padronizada e nem quantificada.

2. TURISMO, ESPORTE E CULTURA

Em um primeiro momento será abordado a caracterização da atividade turística e as suas contribuições para o desenvolvimento de um local. Sabe-se que são variadas as motivações das pessoas para se deslocarem de um lugar a outro, e no presente artigo, o Turismo Cultural terá destaque juntamente com o Turismo Desportivo, visto que se pretende valorizar e resgatar a história de um clube de futebol, com o objetivo de inserir essa atividade desportiva no setor turístico e o fomento de ambas as atividades.

De acordo com Beni (2004), o turismo é uma atividade econômica representada pela compra e pela venda de serviços turísticos, gerado pelo deslocamento de pessoas que buscam diferentes motivações. Geralmente o turista está em busca de uma satisfação pessoal, da aquisição de diferentes experiências, de novos conhecimentos, entre outras motivações que são encontradas no consumo de bens e serviços turísticos. “Os vários tipos de turismo praticados no mundo todo tornam essa atividade uma grande opção de desenvolvimento” (VELOSO, 2003, p.13)

Além de favorável às empresas que se desenvolveram como serviço turístico, muitas

outras empresas locais se beneficiam, bem como as pessoas que moram na cidade, pelo contato direto com o visitante, proporcionando o encontro de diferentes culturas. Sessa afirma que

[...] o Turismo traz uma dupla contribuição: direta, como resultado de uma experiência cultural que enriquece a população visitada e a visitante com a aquisição dos valores que ambas possuem; indireta, que consiste no planejamento (antes da viagem) e na verificação natural de pontos de dúvida entre o turista e o estrangeiro (apud BENI, 2004, p.89).

O autor também defende as enormes vantagens que esta segmentação de mercado traz, como aumento da concorrência no mercado, criação de políticas de preços e propaganda especializada, promoção de pesquisas, entre outras.

O espaço cultural é consequência da intervenção do trabalho do homem no espaço natural. Segundo Beni, os recursos turísticos culturais são os produtos diretos das manifestações culturais.

Como não existe uma cultura apenas – já que cultura pode ser entendida como conjunto de crenças, valores e técnicas para lidar com o meio ambiente, compartilhado entre os contemporâneos e transmitido de geração a geração – vê-se que o que até agora foi apreendido e compreendido como cultura norte-americana, francesa, italiana, espanhola e tantos outros rótulos nacionais, nada mais é que uma coleção de subculturas, tantos quantos sejam os grupos humanos que a produzem. (BENI, pg. 88, 2004)

Por isso que o Turismo Cultural, hoje, se desdobra em outras diferentes classificações, como: ecológico, antropológico, religioso, arqueológico, artístico, entre outros. São Turismos de avanço humano ou de moda, caracterizados pela dependência do tipo de valor que predomina na sociedade em um dado momento e que, segundo o autor, se caracterizam por necessidades sentidas e determinadas pelas mudanças ou pela falta de mudanças, que deixam de atender às expectativas do homem.

Segundo Beni (2004, p.93), “a interpretação do patrimônio natural e cultural trabalha de forma integrada a biodiversidade, a cultura e a história por meio da visão da comunidade local, conforme vemos em aplicação em muitos estados e cidades brasileiras.” Conforme o autor, o processo de recuperação de traços, usos e costumes para a reconstrução do patrimônio, apóia-se em duas fontes disponíveis ao pesquisador:

- a) A primeira de observação e constatação diretas da existência de todo um conteúdo significativo legado pela transmissão oral e/ou escrita que persiste manter-se vivo, seja por ofícios, profissões, artesanato, música, dança, ou também seja pelas manifestações

do cotidiano que expressam atitudes e valores estabelecidos no espaço e no tempo, próprios da comunidade em estudo.

- b) A segunda fonte está no recorte cultural recuperado pelo sentimento, pelo imaginário coletivo, o lúdico, enfaixados nos mitos e ritos, crenças e que revelam o ambiente, a cultura, a história e a vida da comunidade.

A expressão Memória está relacionada a preservação e patrimônio, e no Turismo pode significar um instrumento enriquecedor quando se trata de inventariar regiões, organizar propostas de planejamento ou mesmo de comercialização, por estar diretamente ligado à afetividade, integridade e identidades locais.

Memória é o que nos identifica com algo. É o que nos identifica como indivíduos, é o que realmente nos dá identidade. Eu sou quem sou, porque lembro que sou. Você é quem é porque lembra quem é. Você não é eu, e eu não sou você. Somos diferentes porque cada um de nós tem memórias diferentes. (ISQUIERDO apud GASTAL, p.71, 2002)

O turismo possui classificações para seus atrativos de acordo com a sua oferta e o diferencial. Beni dimensiona isto em seu subsistema, dividindo os atrativos turísticos em: Naturais, Histórico-Culturais, Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas e Acontecimentos Programados. Neste último, de acordo com o autor, estão inseridas as atividades desportivas, as quais são

Competições de diversas modalidades de esportes organizadas em níveis local, regional, nacional ou internacional, dirigidas geralmente à classificação e premiação. Exemplos: Grande Prêmio de Fórmula 1, campeonatos nacionais de futebol, voleibol, basquete e outros, regatas, maratonas, copa mundial de futebol, Olimpíadas. (BENI, 2004, p.314)

Como características relevantes desta classificação, apresentada por Beni, ele traz:

- A época, a duração e a periodicidade em que são realizadas;
- Quais os objetivos, que devem ser definidos claramente, com informações do nome, do endereço da entidade responsável pela organização e/ou promoção do acontecimento;
- Também a informação das áreas das atividades que o evento abrange e qual o público-alvo;
- Além disso, a definição do âmbito do acontecimento, ou seja, se é de nível internacional, nacional, regional ou local.

- Por último, os produtos e os objetos comercializados.

Alguns autores, como De La Torre (apud BARRETO, 2001), situam o início do turismo no século VIII a.C., na Grécia, quando as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos a cada quatro anos. Portanto, partindo da ideia de De La Torre, notamos que o turismo é uma atividade muito antiga e desde a sua origem o turismo desportivo era praticado.

É notável a crescente participação e interesse das pessoas nas atividades esportivas. De acordo com Veloso (2003, p.14), o turismo desportivo é praticado por pessoas que vão participar ou assistir eventos desportivos, estes não podendo ser praticado em qualquer lugar.

O futebol iniciou no Brasil com o retorno de Charles Miller, nascido em São Paulo, que aos nove anos de idade foi para a Inglaterra com a finalidade de estudar. No país, o estudante conheceu o futebol e participava dos jogos oficiais do seu colégio. Em 1894, Charles Miller se surpreendeu ao descobrir que ninguém praticava o esporte no Brasil e a partir daí começou a incentivar os seus companheiros de trabalho e de críquete, fundando assim o primeiro clube de futebol do Brasil, o São Paulo Athletic, onde faziam parte os britânicos residentes em São Paulo.

Os brasileiros gostaram do esporte e, em 1902, aconteceu o primeiro campeonato disputado no Brasil, o Paulista, onde Miller não só jogou como foi o artilheiro, com dez gols em nove jogos. Ele jogou até 1920 pelo São Paulo Athletic Clube, depois atuou como árbitro e faleceu em 1953.

Entretanto, percebeu-se o rápido crescimento do futebol e a formação de novos clubes, de novos atletas e de novas competições do esporte. Segundo o artigo de Dayane Gunella Montalvão, a Copa do Mundo da FIFA é o maior evento do esporte mais popular do mundo, podendo ser comparado somente com os Jogos Olímpicos. Neste mesmo site a informação é de que já foram realizadas 17 Copas, em 15 países, de três continentes diferentes. “No total, 27.499.092 pessoas assistiram às partidas nos estádios que abrigaram a competição. Outras centenas milhões acompanharam as transmissões do evento pela televisão e pelo rádio. Em 75 anos de Mundial, a bola já balançou a rede 1920 vezes.” (<http://www.coladaweb.com/educacao-fisica/copa-do-mundo-de-futebol>, acesso em novembro de 2009)

Contudo, o Brasil é o país que mais conquistou títulos mundiais, nos anos 1958, 1962, 1970, 1994 e 2002, e também o único que se classificou para participar de todos os campeonatos. Em 2014 o país será sede do evento, conforme anúncio da FIFA, uma grande oportunidade para aumentar a sua capacitação nas questões de profissionalização,

organização, econômica e turística. Para isso o planejamento torna-se fundamental e a preparação dos destinos para receber a comitiva da Copa do Mundo de 2014 deve ser imediata, para que o resultado do evento seja positivo e que os objetivos sejam alcançados. Segundo o site oficial da Copa,

o que está em jogo não é apenas o futebol ou o “Caneco da FIFA”, mas a oportunidade de o país atrair bilhões de dólares em investimentos para seu desenvolvimento. O que interessa, de fato, é aproveitar a Copa para construir a infraestrutura que ficará no Brasil de 2022, quando o país completa o Bicentenário da Independência.

Ainda segundo o site oficial da copa do Mundo 2014,

Os números de países que já sediaram a Copa do Mundo de Futebol comprovam que o evento pode não ser o acontecimento esportivo de maior porte do planeta, mas com certeza é o que tem maior apelo midiático e maior capacidade de gerar recursos para os setores direta e indiretamente envolvidos em sua realização. Para qualquer país onde seja realizado, o evento tem o apelo de uma vitrine capaz de mostrar a milhões de telespectadores de todos os cantos do planeta aspectos que vão muito além de estádios e disputas esportivas.

Com este pensamento é que as cidades-sede da Copa já estão se mobilizando e fazendo seus projetos para que o sucesso da Copa traga muitos benefícios para o país como um todo. Essas cidades são: Belo Horizonte – MG, Brasília – DF, Cuiabá – MT, Curitiba – PR, Fortaleza – CE, Manaus – AM, Natal – RN, - Porto Alegre – RS, Recife – PE, Rio de Janeiro – RJ, Salvador – BA e São Paulo – SP.

3. S.E.R. CAXIAS

Caxias do Sul está situada na região Nordeste, a 125 km da capital Porto Alegre e é a segunda maior cidade do estado do Rio Grande do Sul. Segundo o IBGE 2008, Caxias possui 405.858 habitantes, dos quais 92,5% vivem na área urbana.

Seu destaque econômico está para o setor automotivo, com a produção de caminhões, ônibus, implementos agrícolas e rodoviários e componentes para montadoras do Brasil e do exterior. É reconhecida como o segundo pólo metal-mecânico do país.

Todavia, Caxias do Sul exhibe seis Roteiros Turísticos, nos quais os visitantes encontram diferentes opções de lazer, cultura, gastronomia e experiências diferenciadas, como exemplo, fabricar o seu próprio vinho, uma atividade incomum nas grandes cidades.

O município de Caxias do Sul é representado por dois times de futebol, o Esporte Clube Juventude e a Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul, ambos competindo pela

Série C do Campeonato Brasileiro em 2010. Este último é o objeto de pesquisa do presente trabalho.

A Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul (S.E.R. Caxias) surgiu em 10 de abril de 1935, quando dois clubes rivais, o Rio Branco e o Rio Barbosa, juntaram-se com a denominação de Grêmio Esportivo Flamengo. Devido a dificuldades financeiras, tal departamento de futebol uniu-se com o Juventude, em 14 de dezembro de 1971, já que este estava enfrentando situação semelhante. Essa união originou a Associação Caxias de Futebol, com as cores preto e branco, e durou até o ano de 1975, quando, em 17 de outubro, uma assembleia votou a troca de nome e a volta da camisa com as cores do Flamengo. Em 28 de novembro foi aprovada a reforma dos estatutos, onde a Associação Caxias de Futebol ficava desativada e o Grêmio Esportivo Flamengo passava a se chamar Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul – S.E.R. Caxias. Os empresários da cidade o apoiariam financeiramente, desde que o clube levasse o nome da cidade. Com essas mudanças, as cores voltaram às tradicionais do Flamengo: o grená, o azul e o branco.

O estádio Centenário foi construído no ano de 1976, em sete meses, pelo então presidente e hoje patrono do clube, Francisco Stedile, e que, juntamente com a participação do time no campeonato brasileiro naquele ano, representaram a primeira etapa no seu trabalho.

Após a construção do estádio, o Caxias iniciou a sua participação no campeonato mais importante do país daquela época, como o primeiro representante do interior do Rio Grande do Sul. Naquele ano, o Caxias estreou contra o Santos do Pelé, no Pacaembu. A competição reuniu 54 clubes e o Caxias terminou em 15º lugar. Entretanto, foi no ano de 1991 que o Caxias disputou a sua primeira Copa do Brasil. Em 1996 conquistou a Copa Daltro Menezes e, em 1998, a Copa Ênio Andrade, dando-lhe o direito de disputar a Copa Sul de 1999.

Porém, foi no ano de 2000 que o clube conquistou o principal título da sua história, contra o Grêmio Foot-ball Porto Alegrense. Segundo o site oficial do SER Caxias:

Na primeira partida da final, dia 14 de junho, no Centenário, o Caxias fez 3 a 0. O jogo da volta, marcado inicialmente para um domingo, foi adiado por causa da chuva. Com uma excelente vantagem, o Caxias entrou em campo numa quarta-feira, dia 21 de junho, para sagrar-se campeão. Foi o que aconteceu. A Capital dos gaúchos ficou tomada pelo grená, azul e branco do clube serrano.

De 2001 a 2004, o clube não conseguiu desenvolver boas campanhas. A equipe se ressentiu de poucos recursos e não conseguiu fazer frente a todas as etapas dos campeonatos. Em 2005, o clube foi rebaixado para a Série C do Campeonato Brasileiro.

Por fim, no ano de 2007 iniciou uma parceria inédita com o Grupo Metalcorte, apostando assim em uma gestão profissionalizada. À frente deste processo, o diretor-presidente da empresa, Osvaldo Voges, assumiu a gestão e a presidência do time grená.

Os resultados obtidos através das entrevistas com os profissionais da Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul são muito importantes para o levantamento das informações relacionadas à estrutura que o clube possui atualmente e identificar a demanda de visitação, a capacidade para realizar esta atividade e os interesses do clube. Além das entrevistas, foi realizada uma visita técnica por todo o estádio Francisco Stedile, para conhecer a sua infra-estrutura, a preservação do local, a manutenção, a limpeza, a organização, entre outros fatores importantes para o desenvolvimento das atividades.

De acordo com Veloso (2003), novos lugares, novas belezas vão sendo criadas e as pessoas vão criando novas inspirações para elas, até o momento em que uma coletividade se envolve com o assunto e acabam fazendo investimentos que são resultados de uma lucidez, é neste momento que um profissional deve contribuir, para que a vontade de se realizar turismo seja feita de uma hora para outra. Com isso, o autor salienta que o levantamento de informações, a pesquisa do potencial, a análise da estrutura existente, também o provimento das necessidades básicas e os fatores da oferta e demanda são fundamentais para iniciar um programa de investimentos para o turismo. “Muita atenção e muito cuidado. Porém, tudo deve ser anotado, pois o que hoje é considerado inviável, uma loucura, amanhã pode ser o melhor produto ou a maior fonte de atração turística do município.” (VELOSO, 2003, p.81)

De acordo com a Maíra Lourenço, a Relações Públicas, atualmente o clube não possui um programa de visitação, mesmo assim existe uma demanda de pessoas de Caxias do Sul e de fora da cidade que tem interesse em conhecer o interior do estádio e as suas dependências. Essas pessoas entram em contato por meio de correios eletrônicos e geralmente que atende é a equipe de área de Comunicação ou algum profissional da empresa que faz a segurança diária, caso esteja disponível no momento.

Maíra Lourenço explica que o roteiro de visitação realizado se inicia no gramado, local onde as pessoas demonstram maior curiosidade e emoção. Ela afirma que esta é uma experiência diferenciada para os torcedores do Caxias e também para os visitantes de outras cidades. Os funcionários do clube também acompanham as pessoas até as arquibancadas, ao mezanino, aos camarotes, à sala dos sócios, à sala de Troféus, e à loja de *Souvenir*, eu possui os mais diferentes produtos do time.

Com relação à Sala de Troféus, a Relações Públicas informou que o clube passou por muitos dirigentes e muitas pessoas, o que acabou fazendo com que a sua história se perdesse,

pois essas pessoas preferiam levar os troféus ganhos, faixas e qualquer documento para casa ao invés de deixar em um local sem segurança, na qual poderiam ser abandonados ou extraviados, afim de assegurar o patrimônio do clube. Por isso a estrutura desta sala permanece precária, porém com os últimos títulos ali conquistados.

A demanda da Loja de *Souvenir*, é muito relativa e depende do resultado do time em campo, ou seja, se ele está ganhando e está fazendo boa temporada, aumenta o movimento da loja, caso contrário, o movimento decresce.

Os ingressos para os jogos são confeccionados pelo setor financeiro do clube. A Federação Gaúcha de Futebol estipula um valor mínimo a ser cobrado, a fim de que exista uma regra para todos os times do estado, e cada valor diferenciado, jogo festivo ou promoção que o clube queira realizar deve antes consultar e solicitar a autorização da Federação Gaúcha para fazê-lo. Hoje, a compra dos ingressos para os jogos no estádio Francisco Stedile é efetuada somente no clube, na sala de sócios, na bilheteria, ou antecipadamente na secretaria do clube.

A mídia dos jogos é realizada através do site que, conforme a Maíra Lourenço, tem um grande número de acessos, e também utilizam muito a mídia espontânea dos jornais e das TVs locais.

O time conta, hoje, com um número de aproximadamente dois mil sócios, e os seus benefícios podem variar de acordo com o Plano de Sócio.

Na entrevista informal com Lourenço, chegou-se a conclusão que as atividades realizadas por um clube de futebol, na sua grande maioria, são eventos. Segundo Martin, 2003, em sua classificação dos diferentes tipos de eventos, determina a finalidade da competição como “(...) objetivo de estimular a concorrência, o desafio e a disputa entre os participantes. Também propicia a integração das pessoas envolvidas e a descoberta de novos talentos. As competições mais comuns têm caráter esportivo ou cultural.”

Além da realização dos jogos, o clube também realiza outros eventos relacionados a sua promoção, como lançamento de uniformes, de patrocinadores, de jogadores, ou também homenagens, entre outros. Eles também estão dispostos a negociações e propostas para locação do espaço para a realização de shows, comícios, atividades terceirizadas, mas garantiu que todas as propostas são submetidas à análise da direção do clube, pois a diretoria tem grande preocupação com a preservação da estrutura do estádio como um todo.

Há segurança no estádio em horário comercial e esta segurança é reforçada com os policiais da Brigada Militar em dias de jogo. O estádio Francisco Stedile possui uma estrutura positiva também com relação aos portadores de deficiência física, há elevador, com acesso

para a secretaria, para o Salão Nobre, para a Sala de Troféus e para a arquibancada. Na arquibancada, os cadeirantes tem o seu lugar fixado no corredor de entrada dos torcedores, permitindo também local reservado para um acompanhante, conforme o Decreto de Lei nº 5296/04. O estádio também oferece vagas para automóveis, no estacionamento, reservadas para deficientes e entradas laterais facilitando o acesso dos mesmos.

Atualmente, o clube possui somente a sede matriz, que se localiza junto ao estádio, e não se utiliza este espaço para terceirizar atividades como academia, lancheria, entre outras.

Por fim, é válido salientar a importância do turismo sustentável, que segundo Veloso, 2003, é a base do turismo moderno. Ele destaca três princípios que ajudam a trabalhar e promover uma melhoria na estrutura turística, que são: Sustentabilidade ecológica, sustentabilidade sociocultural e sustentabilidade econômica, na qual o objeto de estudo deste trabalho mais se identifica. Conforme o depoimento de Lourenço, a SER Caxias ainda não é sustentável financeiramente, existe uma empresa que investe nela para que possa se manter e investir em melhorias na área profissional, técnica e na sua própria infra-estrutura.

4. CONCLUSÕES

Acredita-se que o Turismo em Caxias do Sul está voltado para o Turismo de Negócios. Por ser grande polo industrial, há um grande número de empresários que vem para a cidade para fazer negócios com as empresas, participar de feiras e eventos, conhecer as estruturas das nossas marcas. Além disso, muitas pessoas visitam a cidade a lazer, pela questão da Uva e do Vinho, pela Festa da Uva, pela farta gastronomia e entre outras motivações que fazem com que os turistas se interessem em conhecer a cidade, porém em uma demanda um pouco menor.

O Turismo Desportivo ainda é pouco explorado em todo o país, e em Caxias não é diferente. O potencial histórico da Sociedade Esportiva e Recreativa, como apresentado neste trabalho, é pouco reconhecido, talvez pelo desinteresse dos diretores do clube em investir nesta cultura e também pela falta de apoio da comunidade.

O estádio Francisco Stedile não tem um programa específico para receber os visitantes, pois a preocupação maior do clube é investir no futebol e no bem-estar dos torcedores durante os jogos. Mesmo sem programa de visitação, há pessoas que entram em contato com a equipe do clube para conhecer o estádio e suas dependências. Conforme relatou a relações públicas do clube, constantemente tem pessoas que se interessam por este serviço, mas infelizmente não há pessoas qualificadas e encarregadas para isso, dificultando o

processo de apresentação do clube. Há relatos de que Escolas do município visitaram o clube, em 2009, proporcionando um passeio técnico e diferente para os alunos, os envolvendo com a história do clube e da cidade, permitindo despertar um interesse e uma paixão pelo clube.

A identificação das pessoas, principalmente das crianças com o time de futebol, se faz a partir do momento que ela conhece o local, conhece os jogadores e tem um contato com o clube, criando-se e resgatando a identidade da Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul como um dos dois times de futebol de Caxias do Sul, e até mesmo, incentivando novos torcedores do clube. Com um programa de visitação, a memória social da comunidade torcedora da SER Caxias poderia ser retratada e apresentada como forma de opção cultural da cidade.

Contudo, a proposta é de que os times de futebol incentivem o resgate histórico e invistam em um programa de visitação, como exemplo tem o estádio Beira-Rio, do Sport Club de Porto Alegre, que possui um programa específico para visitantes. Esta idéia objetiva fomentar o turismo nos estádios de futebol, já que em Caxias do Sul, o estádio Francisco Stedile, bem como o estádio Alfredo Jaconi, estão inclusos no roteiro turístico *Là Città* (Da Cidade).

Além disso, a utilização da mídia e a participação dos times nos Campeonatos Estaduais e Nacionais são potenciais para a divulgação da cidade. A realização da Copa do Mundo no Brasil em 2014 está mobilizando a maioria das regiões do Brasil para a captação de recursos, para melhorias de infraestrutura, investimentos nos setores envolvidos com o Turismo e com a Copa, direta e indiretamente, e também para influenciar a participação das comunidades locais, tornando-se uma grande oportunidade para o aproveitamento do futebol como turismo.

Percebe-se que o estado do Rio Grande do Sul, tendo a sua capital como sede dos jogos da Copa do Mundo, já está trabalhando esta questão e vivendo a realidade deste megaevento através das suas recomendáveis reformas de estádios e de infraestrutura para receber as Federações de Futebol. Não muito diferente disso, Caxias do Sul também já está se estruturando e investindo em pessoas e em recursos para se candidatar à cidade subsede da Copa.

As pesquisas realizadas para o presente trabalho e as entrevistas foram de fundamental importância para o desenvolvimento do mesmo. Com elas pode-se concluir que Caxias do Sul é uma cidade que tem um grande potencial para investir no Turismo Cultural dentro dos estádios de futebol, especificamente na Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul, devido a história do clube, ao apoio que o clube pode conseguir para resgatar objetos

antigos perdidos e assim envolver a todos da comunidade, e também pela procura já existente de visitantes caxienses e de fora da cidade.

Por fim, conclui-se que os investimentos que podem ser feitos nos estádios de futebol para melhorias de estrutura e criação de programas de visitação podem fomentar o Turismo Cultural na cidade, como uma opção a mais de atrativo para os visitantes que gostam de esportes e de futebol.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETTO, Margarita. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 10.ed. Campinas: Papirus, 2001.

BENI, Mário Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. 10.ed. atual. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

FURASTÉ, Pedro Augusto. Normas *Técnicas para o Trabalho Científico*: elaboração e formatação. 14 ed. ampl. atual. Porto Alegre, RS: [s.n], 2006

GASTAL, Susana. *Turismo*: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 2002.

História do Futebol. Disponível em <[HTTP://www.futebolnarede.com/espec/hist.php](http://www.futebolnarede.com/espec/hist.php)>. Acesso em novembro de 2009.

Lei de Acessibilidade. Decreto de Lei 5296 – 02/12/2004. Disponível em <<http://absa.org.br/legislacao/decreto-lei-5296/>> Acesso em outubro de 2009.

Livro de Intenções da Copa do Mundo 2014. Comitê Copa do Mundo 2014 Caxias do Sul.

MARTIN, Vanessa. *Manual prático de eventos*. São Paulo: Atlas, 2003.

MONTALVÃO. Dayane Gunella. Copa do Mundo de Futebol. Disponível em <<http://www.coladaweb.com/educacao-fisica/copa-do-mundo-de-futebol>>. Acesso em novembro de 2009.

VELOSO, Marcelo Parreira; Associação Brasileira de Bacharéis em Turismo. *Turismo*: simples e eficiente. São Paulo: Roca, 2003.

Site oficial da Copa do Mundo da FIFA de 2014. Disponível em <<http://www.copa2014.org.br/>>. Acesso em outubro de 2009.

Site oficial da Sociedade Esportiva e Recreativa Caxias do Sul. Disponível em <<http://www.sercaxias.com.br/>> Acesso em outubro e novembro de 2009.