

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

ALINE MARIA RUPEL SOARES

PROPOSTA DE VISITAÇÃO PARA O ESTÁDIO GERMANO KRÜGER

PONTA GROSSA

2022

ALINE MARIA RUPEL SOARES

PROPOSTA DE VISITAÇÃO PARA O ESTÁDIO GERMANO KRÜGER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para
obtenção do título de Bacharel na Universidade
Estadual de Ponta Grossa, área de Turismo.

Orientadora: Dra. Mirna de Lima Medeiros

PONTA GROSSA

2022



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
Av. General Carlos Cavalcanti, 4748 - Bairro Uvaranas - CEP 84030-900 - Ponta Grossa - PR - <https://uepg.br>

DECLARAÇÃO - SECISA-DETUR

TERMO DE APROVAÇÃO

ALINE MARIA RUPEL SOARES

Proposta de visitação para o estádio Germano Krüger

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na
Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 12 de abril de 2022.

Profa. Mirna de Lima Medeiros (orientadora)

Prof. Paulo Stachowiak

Profa. Valéria de Meira Albach



Documento assinado eletronicamente por **Mirna de Lima Medeiros, Professor(a)**, em 14/04/2022, às 14:13, conforme Resolução UEPG CA 114/2018 e art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



Documento assinado eletronicamente por **Valéria de Meira Albach, Professor(a)**, em 18/04/2022, às 14:28, conforme Resolução UEPG CA 114/2018 e art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://sei.uepg.br/autenticidade> informando o código verificador **0944145** e o código CRC **74E8FEES**.

Dedico este trabalho, aos meus pais, aos professores que me ajudaram a realizá-lo e ao Operário Ferroviário Esporte Clube que me acolheu desde o início.

AGRADECIMENTOS

A Deus, primeiramente pela oportunidade de estudar.

A minha família e amigos, por todo apoio. Especialmente aos meus pais e namorado, pelo carinho e dedicação.

A Orientadora Prof. Dra. Mirna De Lima Medeiros, por todo apoio, dedicação, paciência, desde o início da pesquisa.

Aos professores da banca por todo o auxílio, paciência e aprendizado para a realização deste trabalho.

Ao Operário Ferroviário Esporte Clube pela oportunidade de estágio e auxílio para a pesquisa.

A todos que de forma direta ou indireta contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo a elaboração de um roteiro para o Operário Ferroviário Esporte Clube, assim buscando uma forma preservar a sua história. Para o alcance desse objetivo geral, buscou-se primeiramente entender as possíveis ligações entre o Turismo e o Futebol por meio de uma pesquisa bibliográfica. Em seguida, foi necessário compreender o que outros times oferecem nas visitas, para isso foi feita uma pesquisa documental nos sites oficiais de 20 times selecionados. Além disso, para compreender o lado do visitante, suas experiências e expectativas sobre um atrativo turístico ligado ao futebol e também o que esperam em um atrativo para o Operário foi realizada a aplicação de um questionário on-line. No período de 15 dias em fevereiro de 2022 se obteve um total de 200 respostas válidas. Para a análise dos dados foi utilizada a estatística descritiva, bem como a análise de conteúdo. A partir do cruzamento das etapas anteriores foi proposto um roteiro prático para a estrutura do espaço, preservando sua identidade histórica e aproximando mais o time da população.

Palavras – Chave: Turismo de futebol; Futebol; Operário Ferroviário Esporte Clube (OFEC); Ponta Grossa.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Roteiro Santos FC. 2021	23
Figura 2 – Foto aérea do estádio em 2020 com modificações	37
Figura 3 - Foto campo e setor prata 2022.	37
Figura 4 - Foto Setor Ouro 2022.....	38
Figura 5 - Foto Setor Diamante 2022.....	39
Figura 6 - Foto Visão do campo do setor Diamante 2022.....	39
Figura 7 - Foto Sala de Reuniões e Troféus 2022.....	40
Figura 8 - Foto Vestiário do time 2022.....	41
Figura 9 - Foto Túnel de Acesso ao campo 2022.....	41
Figura 10 - Foto Antiga do Time, meados de 1914.....	43

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Gênero dos Respondentes	26
Gráfico 2 - Faixa Etária dos respondentes da pesquisa	27
Gráfico 3 - Local de residência dos respondentes da pesquisa	27
Gráfico 4 - Visitação a atrativos turísticos de futebol	28
Gráfico 5 - O que foi apresentado na visitação	30
Gráfico 6 - Grau de interesse dos respondentes com relação a atividades em atrativo relacionado ao futebol	31
Gráfico 7 - Conhecimento com relação ao OFEC	32
Gráfico 8 - Interesse em atrativo turístico sobre o OFEC	33
Gráfico 9 - Interesse em visitação guiada no OFEC	33
Gráfico 10 - Valores dos ingressos	34
Gráfico 11 - Opinião dos sujeitos quanto a valor diferenciado para sócio torcedor ..	34

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Times inclusos na análise documental	20
Quadro 2 - Critérios de visitação no clube e visitação no estádio	22
Quadro 3 – Divisão dos atrativos oferecidos pelos times	24
Quadro 4 – Descrição dos atrativos oferecidos pelos times.....	25
Quadro 5 – Valores dos ingressos para a visitação.....	26
Quadro 6 – Analise <i>Swot</i>	44

LISTA DE SIGLAS E ABREVIACOES

- OFEC: Operário Ferroviário Esporte Clube;
- FIFA: *Federation Internationale de Football Association*;
- CBF: Confederao Brasileira de Futebol;
- FPF: Federao Paranaense de Futebol;
- MTur: Ministério do Turismo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1. OBJETIVO GERAL.....	13
1.2. JUSTIFICATIVA.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1. FUTEBOL: BREVE HISTÓRICO	15
2.2. TURISMO E FUTEBOL	16
3. METODOLOGIA.....	19
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	22
4.1. A OFERTA DE VISITAÇÃO NOS TIMES DE FUTEBOL SELECIONADOS	22
4.2. INTERESSES E ATITUDES DE POTENCIAIS VISITANTES.....	26
4.3. PROPOSTA DE VISITAÇÃO PARA O OPERÁRIO FERROVIÁRIO ESPORTE CLUBE.....	35
4.3.1. CURIOSIDADES HISTÓRICAS DO OPERÁRIO	35
4.3.2. ESTÁDIO GERMANO KRÜGER	36
4.3.3. SUGESTÕES PARA VISITAÇÃO NO GERMANO KRÜGER.....	42
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
6. REFERÊNCIAS	48
7. APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	52

1. INTRODUÇÃO

O futebol atualmente é conhecido mundialmente. Trata-se de um esporte coletivo inventado pelos ingleses que, com o passar do tempo foi concretizando as regras, as jogadas etc. Com isso ele foi se espalhando, tendo competições nacionais, continentais e mundiais.

No Brasil ele chegou de forma elitizada, pois os filhos das famílias ricas iam estudar no exterior e quando voltavam traziam novidades, uma delas foi o futebol. “Em outubro de 1894 desembarca no Porto de Santos, proveniente da Inglaterra, o jovem estudante paulista Charles Miller” (OLIVEIRA, 2012, p.171), sendo ele o pioneiro do futebol no Brasil, trazendo em sua bagagem duas bolas, uniforme, apito, livro de regras e uma bomba para enche-las.

De início era apenas jogado por homens brancos, por volta de 1900 os times começaram a terem jogadores negros. A sociedade da época não aceitava isso, então eles inclusive usavam pó de arroz para poder jogar. Mas alguns times decidiram enfrentar esse preconceito e fazer do futebol um esporte para todos, o primeiro foi o Vasco da Gama, como Oliveira (2012) comenta, um dos pioneiros a aceitar atletas negros profissionalizados, o que causou espanto na época. Outro desses times foi o Operário Ferroviário Esporte Clube, que teve seu início em 1912, na cidade de Ponta Grossa, no Paraná.

O time começou com trabalhadores da ferrovia, independentemente de sua raça. Como descreve Defino (2012), o preto e o branco de seu uniforme foram escolhidos para simbolizar essa união. Sendo da cidade do interior do estado do Paraná, mas que “assombrava os times da capital”, ficando conhecido como fantasma. Atualmente o time encontra-se competindo na Série B do Campeonato Brasileiro de Futebol e na Série A do Campeonato Paranaense de Futebol, ficando conhecido em âmbito nacional.

O torcedor que vai acompanhar o seu time nos jogos, ou até mesmo os amantes de futebol, viajam para isso, buscam lugares e passeios sobre o assunto, ligando o turismo ao futebol. Isso pôde ser visto na Copa do Mundo de 2014, que teve o Brasil como sede, quando uma grande quantidade de turistas veio acompanhar o evento, conhecer mais sobre o estilo de futebol brasileiro e sua história.

Tendo em vista o contexto busca-se responder o questionamento: “Poderia ser aplicada uma proposta de visitação turística para o Operário Ferroviário Esporte Clube no Estádio Germano Krüger?”.

1.1. OBJETIVO GERAL

- Desenvolver um roteiro para visitação para o Operário Ferroviário Esporte Clube, no Estádio Germano Krüger.

Para o alcance do objetivo geral este trabalho tem como objetivos específicos:

- Discutir a ligação entre o turismo e o futebol;
- Analisar as visitas relacionadas ao futebol desenvolvidas por outros times;
- Compreender as expectativas de potenciais visitantes com relação a atividades turísticas em que o principal tema seja o futebol;
- Descrever as potencialidades e fragilidades para visitação no Estádio Germano Krüger do Operário Ferroviário Esporte Clube.

1.2. JUSTIFICATIVA

O Operário Ferroviário Esporte Clube é um time centenário da cidade de Ponta Grossa, que no ano de 2021 estava na série B do campeonato brasileiro de futebol masculino, sua história envolve a da cidade e a do futebol no estado do Paraná. Por agregar mais de cem anos de história, desenvolvendo um roteiro é mais uma forma de mostrar isso às pessoas, de contar a sua trajetória, semelhante ao que fazem os grandes times de futebol.

A proposta de um roteiro é uma forma de exaltar sua luta para sobreviver às mudanças que o futebol teve ao longo dos anos, passando de um time amador para tornar-se profissional na elite do futebol paranaense e brasileiro, também uma ligação afetiva entre os torcedores e moradores de Ponta Grossa – PR com o time e como isso acrescenta a estreitar esse sentimento. Dessa forma que a pesquisadora vê, pois tem uma ligação grande entre sua vida pessoal e a história do time, onde pode participar de uma conquista estadual e uma nacional.

Com as duas conquistas nacionais o OFEC ganhou atenção do País todo, pois muitos desconheciam o time localizado no interior do estado do Paraná, mesmo com sua história centenária, só atraiu os holofotes quando conquistou dois campeonatos nacionais de futebol de forma consecutiva, jogando contra times do cenário nacional e com isso ocasionou a vinda de turistas de outros estados ou cidades para prestigiarem os jogos.

Após a introdução, encontra-se um breve referencial teórico, primeiramente abordando histórico sobre o futebol e a ligação com o turismo. Em seguida é apresentado na metodologia as ferramentas utilizadas neste estudo, logo após os resultados e discussões sobre o que foi coletado, como foi abordado e como encaixa no tema pretendido, chegando assim nas considerações sobre a pesquisa, as referências utilizadas e o questionário que foi aplicado de forma online.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. FUTEBOL: BREVE HISTÓRICO

Futebol é a representação da identidade brasileira, um fenômeno social, que foi trazido para o interior do país pelos britânicos que vieram para a construção das ferrovias. Em primeiro momento era algo elitista como apontam Flecha e Pontello (2015), as classes mais altas viam o esporte para seu lazer e divertimento, mas os operários encontraram uma forma de conhecer e praticar, de forma geral é necessário pouco investimento para ser executado. Logo se tornando popular no país e, com o passar dos anos, incluindo mais times, superando preconceitos, contribuindo culturalmente para o país, que é considerado de grandes oportunidades para todos os povos.

Conforme abordado por Ferreira (2009), no Brasil acabou surgindo o “futebol arte”, uma referência à forma que era jogado o futebol. Essa “arte” vem da malandragem, do gingado, como visto nas jogadas do jogador Pelé, o esporte foi uma forma de inclusão dos pretos pós abolição e dificuldade de ingressar no mercado de trabalho por causa da inclusão dos imigrantes vindos da Europa.

Já sendo citado na introdução, o Vasco foi o primeiro time a incluir jogadores pretos, o que causou impacto no futebol carioca, excluindo-o de competições, como diz Oliveira (2012). Com isso, o time optou por participar de campeonatos amadores e o público buscou assistir esses campeonatos, tendo todo esse impacto no Rio de Janeiro, onde era considerado o berço do futebol, por ser a capital do país na época, refletiu nos outros estados. Mostrando que o futebol tem ligação com o confronto de classe, seja essa burguesia e proletariado ou, pretos e brancos, como aponta Oliveira (2012), essa é a origem do futebol, com isso tornou-se um esporte popular. Atualmente o futebol é jogado por qualquer pessoa, independentemente de sua raça ou gênero.

O futebol profissional no Brasil passa por federações, onde estas estipulam os campeonatos, as regras utilizadas para definição de datas, quando podem abrir negociações para os times adquirirem novos jogadores, quantos técnicos o time pode trocar por campeonato, entre outras. A federação que cuida dos campeonatos nacionais e dos jogos da Seleção Brasileira de Futebol é a CBF (Confederação Brasileira de Futebol).

A CBF começou com outro nome em 1914, naquela época era chamada de Federação Brasileira de Sports, passou por vários nomes e reformas para adequar-se aos padrões estipulados pela FIFA (*Federation Internationale de Football Association*) que cuida do futebol em âmbito mundial, a Confederação Brasileira de Futebol em seu site oficial disponibiliza um breve histórico onde contam também que, em 1979 passou a ser oficialmente a CBF e que continua passando por reformas administrativas para melhor adequação com as condições atuais do futebol.

Mas cada estado tem sua federação que está vinculada a CBF, para assim poder realizar os campeonatos estaduais. No Paraná, é a FPF (Federação Paranaense de Futebol) que teve como primeiro presidente Roberto Barros em 1937, atualmente o presidente é o Hélio Pereira Cury. Tem como missão zelar pelo futebol profissional e não profissional do estado do Paraná.

O futebol vem sendo um esporte com regras e federações de grande valia para seu desenvolvimento, mas um personagem de grande importância é a torcida, como apontam Flecha e Pontello (2015) sobre o estatuto do torcedor, onde fala que o indivíduo que apoia é associado a qualquer entidade de prática desportiva do país e o futebol tem um número significativo de torcedores.

2.2. TURISMO E FUTEBOL

O turismo ligado ao esporte surgiu na Grécia Antiga, como cita Borges (2019), devido à realização das Olimpíadas, porém é um campo de estudo recente, onde não se tem um conceito concreto. O futebol atualmente vem sendo motivo de deslocamento de torcedores para acompanhar seu “time do coração”, seja para assistir jogo ou ir até a cidade onde são sediados os jogos do time. Sendo o turista, ativo ou passivo, ativo o qual vai executar a atividade esportiva, passivo é quem vai apenas para observar a tal atividade esportiva.

O jogo de futebol pode ser considerado como um evento, pois é um local com data e horário marcado para ocorrer, com número limite de participantes, seus telespectadores adquirem ingresso para assistir, como uma busca de lazer, mas não são eventos que estão ligados com o calendário da cidade, pois os jogos seguem um cronograma que depende da federação e de qual disputa de campeonato o time estará participando, podendo ser de âmbito estadual, nacional e Internacional. Como fala Borges (2019) o turista busca um contato não apenas com a história do seu time, ou

observar o esporte, mas também é uma forma de fuga do seu cotidiano, uma busca por novas experiências.

O futebol também é um esporte que gera grande deslocamento, como apontam Flecha e Pontello (2015) é feito o traslado das equipes para poder jogar os torneios, apenas no time já tem um número notável de pessoas que se deslocam entre cidades, tais como jogadores e demais funcionários, para execução de cada jogo, além dos torcedores.

O turismo de futebol é “[...] um segmento que tem levado um número expressivo de torcedores para conhecer times de futebol, estádios, museus e bares temáticos vinculados ao esporte” (MTur 2014), após a realização da Copa do Mundo de Futebol, o Brasil demonstrou interesse em investir mais no turismo esportivo.

Com o aumento do interesse do turismo relacionado ao esporte, foram criados os *tours* esportivos, que tem por objetivo colocar uma ligação direta entre o turista e o esporte. O futebol e o turismo também têm sua conexão, podendo ser incluso em um *city tour*, como foi feito um estudo para a inclusão da visita aos estádios de futebol de Curitiba-PR, na época visando o megaevento que aconteceu em 2014, a Copa do Mundo de Futebol, que teve o Brasil como sede, essa pesquisa foi realizada por Coimbra, Romanchuc e Sakiyama (2010), onde falam sobre o turismo esportivo, motivado pela prática ou observação relacionadas ao esporte, especificamente o futebol.

Em um roteiro de visita, a população tem que se identificar com o patrimônio como abrange Andrade (2009), que ela se sinta inserida na história, dando a devida importância a preservação e o uso do patrimônio, assim compreender e usufruir do que tem.

A visita em estádios, como mostra Pinheiro (2012) é um exemplo de preservação, sendo estruturar de melhor forma em dois estádios de times conhecidos, tem suas sedes em Porto Alegre, mostrando que a procura sobre conhecer o local e a história do time é algo que vem se adaptando em busca da melhor forma de recepcionar este turista, não apenas sendo restrita ao pós Copa do Mundo, mas sim com melhorias depois de ver como foram as experiências dos turistas com esse evento.

Para a organização do roteiro de visita utilizou-se a análise *SWOT*, sua origem, segundo Fagundes (2010), foi em meados de 1960, em escolas de

administração, como forma de discutir as forças e fraquezas de uma empresa, bem como as oportunidades e ameaças.

Oliveira (2007) comenta sobre os quatro segmentos da análise SWOT, que podem muito bem ser adaptados para a ação turística: Pontos fortes, são características internas positivas, que podem causar vantagem e viabilidade na execução do projeto; Pontos fracos, as características internas negativas, que podem causar desvantagens na execução do projeto e que devem ser passíveis de ajustes e correções; Oportunidade, onde o ambiente é favorável para a implementação do projeto, desde que conhecido e identificado para que seja possível desenvolver o potencial pré-existente; Ameaças, agentes com o mesmo foco em projetos similares, são concorrentes ou fatores externos que possam inviabilizar a ideia.

Também usando o modelo de negócios, como está descrito no livreto do Sebrae (2013), pois possibilita a visualização da descrição do negócio.

3. METODOLOGIA

Pesquisa científica é a forma de investigar o problema abordado de acordo com as normas da metodologia, como comenta Rodrigues (2007) é um conjunto de procedimentos que tem como base o raciocínio lógico, para assim poder solucionar o problema em questão. Neste trabalho tem se como objetivo desenvolver um roteiro de visitação para o Operário Ferroviário Esporte Clube, no Estádio Germano Krüger.

Serão utilizados dados secundários, por fazer o uso de dados públicos disponíveis online, bem como dados primários, obtidos através da aplicação de um questionário e compilação de novos dados.

A coleta de dados da pesquisa foi efetivada de forma bibliográfica, documental e aplicação de questionário. A etapa bibliográfica foi utilizada para melhor entendimento da parte histórica do futebol, sobre o planejamento do roteiro e a análise de seus concorrentes, também da ligação entre o turismo e o futebol. A pesquisa documental busca verificar as praticas já executadas nos times de futebol. A aplicação do questionário busca averiguar o que os torcedores esperam de um roteiro relacionado ao futebol.

A análise documental foi feita com base nos sites oficiais dos times, sites de vendas dos ingressos e informações dos atrativos ofertados pelos times, com a finalidade de compreender o que estão disponibilizando para os turistas. Para a realização da pesquisa documental, foi estipulado o que os sites oficiais apresentavam e os sistemas de visitas dos times das Séries A e B do Campeonato Brasileiro de Futebol, sendo estes, dentro das regiões Sul e Sudeste do Brasil, num raio de 100 km de suas respectivas capitais estaduais.

Os times inclusos nos critérios da pesquisa são listados no quadro 1, onde torna-se exposto os times, seus estados e se estão localizados nas capitais ou no interior, que segue o critério acima citado. Assim, pode-se observar que, 20 (vinte) times das regiões sul e sudeste adentraram nos critérios utilizados para a pesquisa, que fora realizada com base na tabela do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino, Séries A e B do ano de 2021.

Quadro 1: Times inclusos na análise documental

REGIÃO	ESTADO	CLUBE	CIDADE
SUDESTE	SÃO PAULO	São Paulo	São Paulo
		Palmeiras	São Paulo
		Santos	Santos
		Red Bull Bragantino	Bragança
		Corinthians	São Paulo
		Ponte Preta	Campinas
	MINAS GERAIS	Atlético Mineiro	Belo Horizonte
		America	Belo Horizonte
		Cruzeiro	Belo Horizonte
	RIO DE JANEIRO	Flamengo	Rio de Janeiro
		Fluminense	Rio de Janeiro
		Botafogo	Rio de Janeiro
		Vasco da Gama	Rio de Janeiro
SUL	PARANÁ	Operário F E C	Ponta Grossa
		Coritiba FC	Curitiba
		Athletico Paranaense	Curitiba
	SANTA CATARINA	Avaí	Florianópolis
	RIO GRANDE DO SUL	Grêmio	Porto Alegre
		Internacional	Porto Alegre
		Juventude	Caxias do Sul

Fonte: Tabela do Campeonato Brasileiro de Futebol 2021

Sabendo o que os times ofertam aos torcedores, tais como estádio, centro de treinamento e outras estruturas designadas como atrativos turísticos, tendo como base, a forma que usam e que é apresentado, foi feito um questionário para poder entender melhor as expectativas dos turistas sobre o que já existe nas visitas e o que poderia ter. Seu público foram os torcedores de times de futebol, bem como potenciais interessados em visitas a estádio.

A pesquisa foi aplicada de forma on-line, por meio de formulário do *google®*, pois devido à pandemia, foi a forma vista como mais adequada para conseguir um número significativo de respostas sem a forma de contato presencial. Para sua divulgação foram utilizadas três estratégias. Na primeira fase da aplicação (que começou no dia 08 de fevereiro de 2022) foi distribuído o link para acesso à pesquisa pelas redes sociais da pesquisadora, como WhatsApp, Instagram e Facebook. A Segunda fase da pesquisa foi através das redes sociais para entrar em contato com outros times/torcedores do estado (Paraná) e de outras regiões do Brasil, para assim obter uma opinião mais ampla, e entender não apenas a torcida do OFEC. Na última fase da pesquisa, foi usado um QR Code nas entradas do estádio Germano Krüger,

nos setores prata, ouro, diamante e credenciamento para jornalistas, pessoas que trabalham durante os jogos, bem como para os convidados e donos dos camarotes. Com o intuito de que mais respostas da própria torcida fossem obtidas, realizou-se no jogo contra o time do Londrina, em fevereiro de 2022. O questionário on-line ficou aberto por um total de 15 dias obtendo-se 200 respostas.

Para a análise dos dados quantitativos foi usada uma planilha via *Excel* para formulação de gráficos sobre os pontos abordados na pesquisa por meio do questionário on-line. Os dados qualitativos foram observados por meio de análise de conteúdo, como explica Santos (2012) sobre a abordagem da análise de conteúdo na visão de Bardin, que auxilia o pesquisador na compreensão do material a ser estudado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A apresentação dos resultados inicia-se em primeiro momento com a pesquisa realizada nos sites oficiais dos times, que atenderam aos critérios supramencionados, sobre o que oferecem aos torcedores e visitantes. Em um segundo momento, apresentam-se os resultados da pesquisa via questionário, o qual foi dividido entre conhecer o público, os que já visitaram, suas experiências nas visitas e como seria a visitação ao OFEC e o que esperam encontrar, os valores, entre outras questões. Por fim, encerra-se com a formulação de uma proposta de roteiro com base nos dados dos times, entrelaçando com o que foi obtido no questionário.

4.1. A OFERTA DE VISITAÇÃO NOS TIMES DE FUTEBOL SELECIONADOS

A pesquisa sobre a oferta de visitação existente nos times de futebol foi realizada com base nas informações públicas contidas nos sites dos times, já que, devido à pandemia vivida no ano de 2020-2021, não se pode observar pessoalmente. Com os dados coletados em suas redes sociais e sites oficiais, obteve informações que formaram o quadro 2, suas observações foram a visitação no clube, estádio e a loja, que oferecem experiências diferenciadas ao turista.

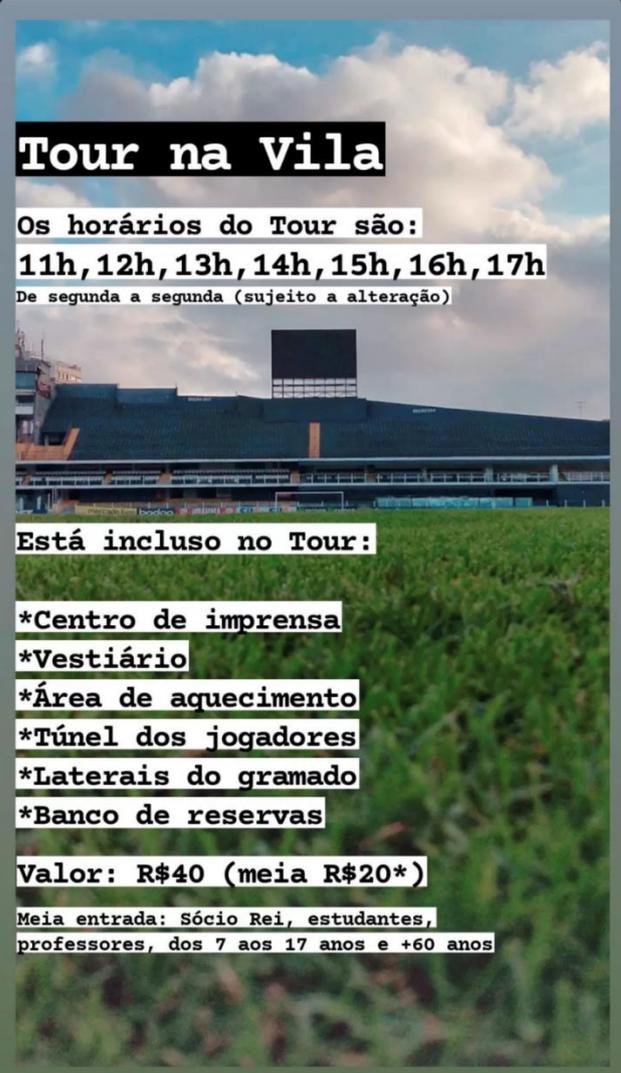
Quadro 2 - Critérios de visitação no clube e visitação no estádio.

TIMES E SUA LIGAÇÃO COM O TURISMO			
TIMES	VISITAÇÃO NO CLUBE	VISITAÇÃO NO ESTÁDIO	LOJA
SÃO PAULO		X	X
PALMEIRAS		X	X
CORINTHIANS	X		X
SANTOS		X	X
RED BULL BRAGANTINO			X
PONTE PRETA		X	X
FLAMENGO	X		X
VASCO		X	X
BOTAFOGO	X	X	X
FLUMINENSE	X		X
ATLETICO MINEIRO	X		X
AMÉRICA			X
CRUZEIRO			X
ATHLETICO PR		X	X
CORITIBA		X	X
OFEC			X
AVAI			X
GRÊMIO		X	X
INTERNACIONAL		X	X
JUVENTUDE			X

Fonte: Elaborado com base nos dados disponíveis nos sites oficiais dos times

Alguns times unem o administrativo ao seu Centro de Treinamento ou no estádio mesmo, por exemplo, o próprio Operário, que tem o administrativo em seu estádio. Em seus estádios, possuem visitação. Com isso, pode-se separar os times que possuem alguma forma de atrativo turístico, podendo ser algo só do time ou no estádio onde são sediados os jogos.

Com as informações obtidas nos sites oficiais de cada time sobre a existência de visitas turísticas, conseguimos obter uma seleção de 12 times, para melhor estudar sua estruturação e usar como exemplo na elaboração de uma proposta para o OFEC. A Figura 1 a seguir exemplifica um dos times no qual ocorre visitação e detalha-se os espaços por onde ela ocorre.



Tour na Vila

Os horários do Tour são:
11h, 12h, 13h, 14h, 15h, 16h, 17h
 De segunda a segunda (sujeito a alteração)

Está incluso no Tour:

- *Centro de imprensa
- *Vestiário
- *Área de aquecimento
- *Túnel dos jogadores
- *Laterais do gramado
- *Banco de reservas

Valor: R\$40 (meia R\$20*)

Meia entrada: Sócio Rei, estudantes, professores, dos 7 aos 17 anos e +60 anos

Figura 1: Roteiro Santos FC. 2021 **título da figura acima**
 Fonte: Instagram Oficial do Memorial das Conquistas do Santos FC.

Mas para ter uma separação mais selecionada, no Quadro 3, foram usados os critérios sobre as formas de visitas, as quais podem ser utilizados como exemplos para a elaboração do projeto.

Quadro 3 – Divisão dos atrativos oferecidos pelos times

VISITAÇÃO			
TIMES	GUIADA	NÃO GUIADA	MEMORIAL / MUSEU
SÃO PAULO			
PALMEIRAS			
CORINTHIANS			X
SANTOS	X	X	X
PONTE PRETA	X		X
FLAMENGO			X
FLUMINENSE	X	X	
VASCO	X		
BOTAFOGO		X	X
ATLETICO MG			X
CORITIBA	X		
ATHLETICO	X		
GRÊMIO		X	X
INTERNACIONAL	X	X	X

Fonte: Site dos times 2021

Buscando entender o que é ofertado ao turista quando procura um local para visita, cujo tema é o futebol, foram verificadas opções com uma visita guiada por um funcionário do time ou autoguiadas, com ou sem uso de dispositivos eletrônicos. Também há casos de memorial no qual inserem-se fotos, ou artefatos como bola, uniforme, chuteira, estátua, TV passando jogos antigos, entre outras ideias.

As visitas nos estádios podem oferecer sala de troféus, memorial, painel interativo, vestiário, ida ao campo, contato com jogadores, membros da comissão ou diretoria, atividades dentro do campo e a interação de forma direta com o espaço onde ocorrem os jogos. Com base no que os times pesquisados disponibilizam na descrição da visita, foi feita a compilação no Quadro 4, que facilita a verificação dos pontos comuns quanto aos que os times ofertam ao turista em seus roteiros.

Quadro 4 – Descrição dos atrativos oferecidos pelos times

O que Oferecem / Times	Santos	Corinthians	Grêmio	Internacional	Fluminense	Vasco	Botafogo
Memorial / museu	X	X	X	X		X	X
Laterias do Gramado	X	X			X	X	
Túnel	X			X	X		
Vestiário do time	X	X			X		
Sala de Imprensa	X			X			
Banco de Reservas	X						
Vestiário Visitantes				X			
Área de Equipamentos	X						

Fonte: Site dos times 2022.

Pode-se verificar que oferecem área de troféus, túnel de acesso ao campo, sala de imprensa, vestiário entre outros, o ponto comumente ofertado é uma sala onde encontram-se fotos, camisas, troféus, medalhas, coisas importantes que mostram a trajetória do time e suas conquistas, sendo chamado se Centro de Memórias, Sala de Troféus e/ou Museu. Para ter acesso aos atrativos ofertados, paga-se um ingresso.

Foi pesquisado os times que disponibilizam os valores em seus sites, com isso, feito o Quadro 5 onde apresentam-se os valores. Esses valores contemplam a entrada inteira, desconto para sócio e a meia entrada (em sua maioria para pessoas com mais de 60 anos, estudante, professores, doadores de sangue, pessoa com deficiência e alguns outros critérios do time).

Como se pode observar, a maioria dos times possui opção de meia entrada, assim facilitando o acesso, por exemplo, de estudantes. Alguns também apresentam um valor especial para os sócios, forma de mostrar mais um benefício para quem se associa e ajuda ao time.

Quadro 5 – Valores dos ingressos para a visitação

TIME	ENTRADA	sócio	MEIA ENTRADA
Santos	R\$ 40,00		R\$ 20,00
Athletico	R\$ 30,00		R\$ 15,00
São Paulo	R\$ 50,00	R\$ 40,00	R\$ 25,00
Corinthians	R\$ 25,00		R\$ 12,50
Grêmio	R\$ 16,00	R\$ 6,00	R\$ 8,00
Internacional museu	R\$ 20,00		R\$ 10,00
Internacional visita colorada	R\$ 50,00		R\$ 25,00
Fluminense c/ guia	R\$ 30,00		
Fluminense só trofeus	R\$ 20,00		
Vasco tour	R\$ 40,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Vasco experiencia	R\$ 40,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Vasco combo	R\$ 70,00	R\$ 35,00	R\$ 35,00
Botafogo	R\$ 30,00	R\$ 15,00	R\$ 15,00

Fonte - Elaborado com base nos dados da pesquisa 2022.

Para entender melhor o que leva o turista a pagar este valor e ter acesso ao atrativo, foi feita uma pesquisa sobre o que eles já viram e onde estão seus maiores pontos de interesse na visitação.

4.2. INTERESSES E ATITUDES DE POTENCIAIS VISITANTES

Com um total de 200 respondentes, a pesquisa teve como maioria o público do gênero masculino, como mostra o Gráfico 1 abaixo. Sendo de 200 respostas, 182 sujeitos autodeclarados masculinos.

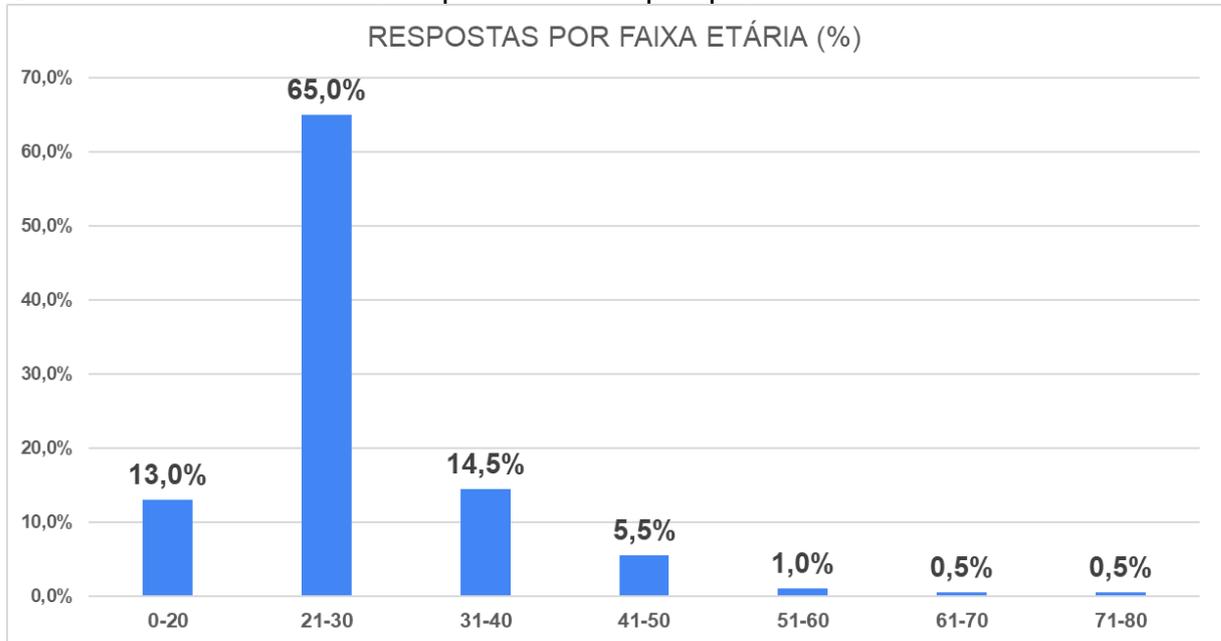
Gráfico 1: Gênero dos Respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Na coleta de dados da pesquisa, se teve uma vasta extensão de idades, indo de adolescentes, até idosos, mas sua maioria concentra-se na faixa etária entre 20 e 25 anos, como mostra o Gráfico 2.

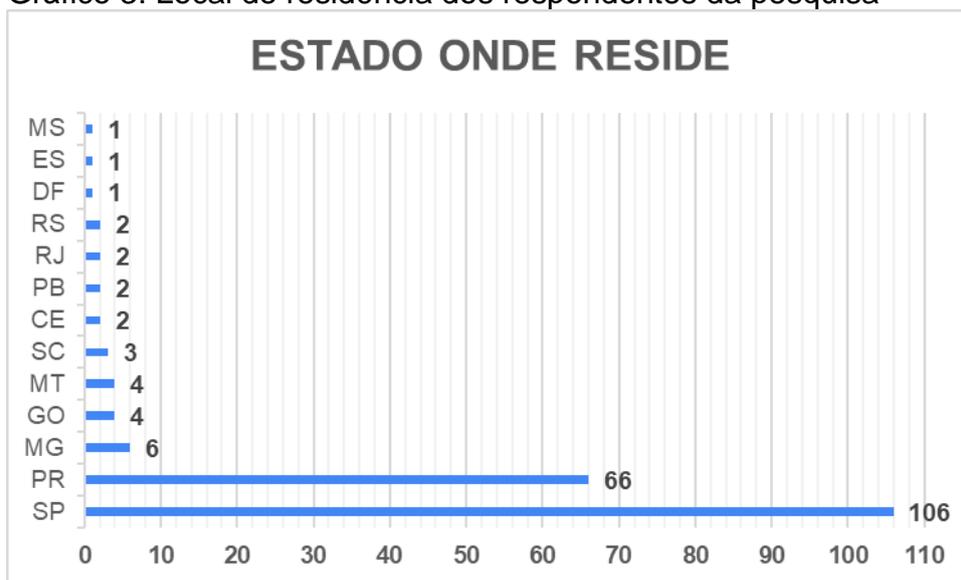
Gráfico 2: Faixa Etária dos respondentes da pesquisa



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

As pessoas que responderam à pesquisa são em maior parte dos estados do Paraná e de São Paulo como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3: Local de residência dos respondentes da pesquisa



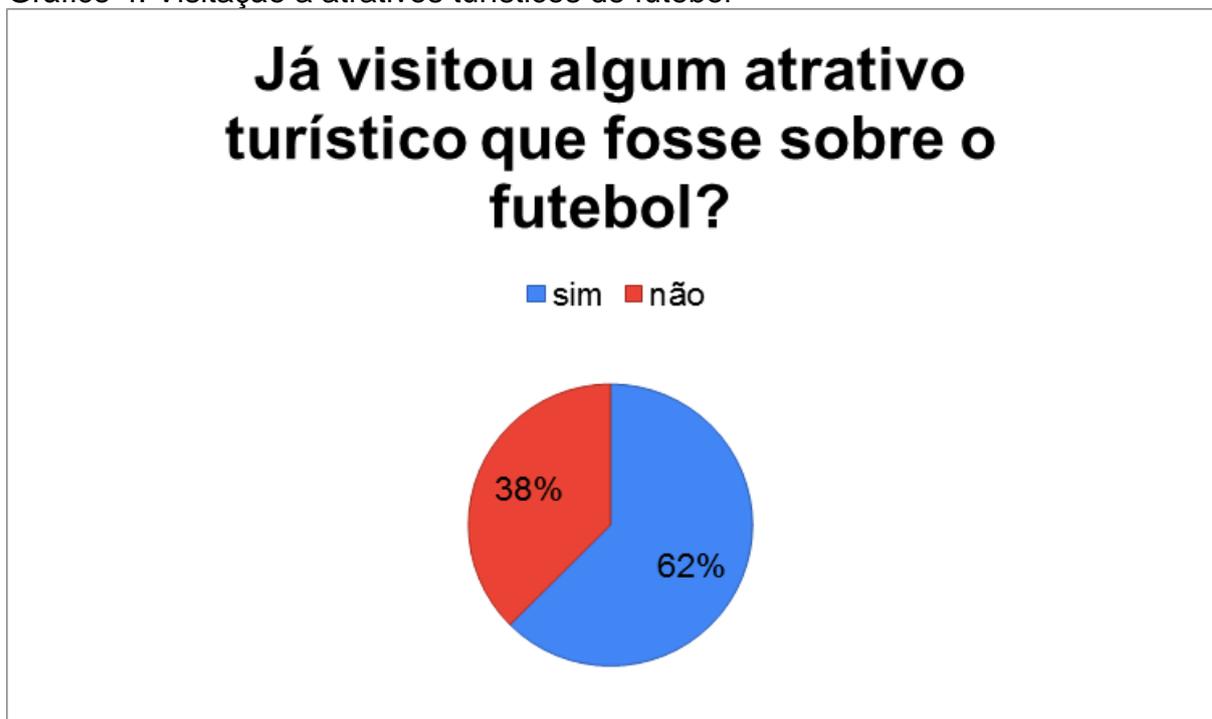
Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Dos 106 do estado de São Paulo, os que moram na capital paulista são 45, as outras contempladas são Santo André, Mogi das Cruzes, Bauru, Guarulhos, Diadema, São José dos Campos, entre outras. Já dos 66 que moram no Paraná, 44 são residentes da cidade de Ponta Grossa. Os outros são de Curitiba, Londrina, Campina da Lagoa, Pitanga, Cianorte, Castro, Campo Mourão, Maringá, Pinhais, Santa Helena e São João do Ivaí.

Todos os que responderam à pesquisa (100%, 200 respondentes), são torcedores de algum time. Mostrando assim que todos demonstram interesse sobre futebol. Contudo, para entender se esse interesse leva a procurar mais sobre os demais times de forma geral e a visitar atrativos que tem a temática sobre o futebol foram realizados alguns questionamentos que seguem.

Inicialmente foram questionados se já visitaram algum atrativo futebolístico, como mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4: Visitação a atrativos turísticos de futebol



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Os 62% que já visitaram atrativos sobre futebol, responderam como tomaram conhecimento sobre esse atrativo, podendo ser pelas redes sociais dos times, como Facebook, Instagram, entre outros e, redes sociais de turismo tais como TripAdvisor, agência ou operadora de viagem, indicação de amigos ou familiares, site ou redes

sociais do destino turístico, site oficial do time, entre outros, onde poderiam escolher mais de uma opção, sendo que mais de 50 pessoas souberam da atividade turística por meio de familiares e amigos. Mais de 40 pessoas souberam pelas redes sociais do time, 50 pelo site oficial do time e 5 pessoas pelas agências de viagem.

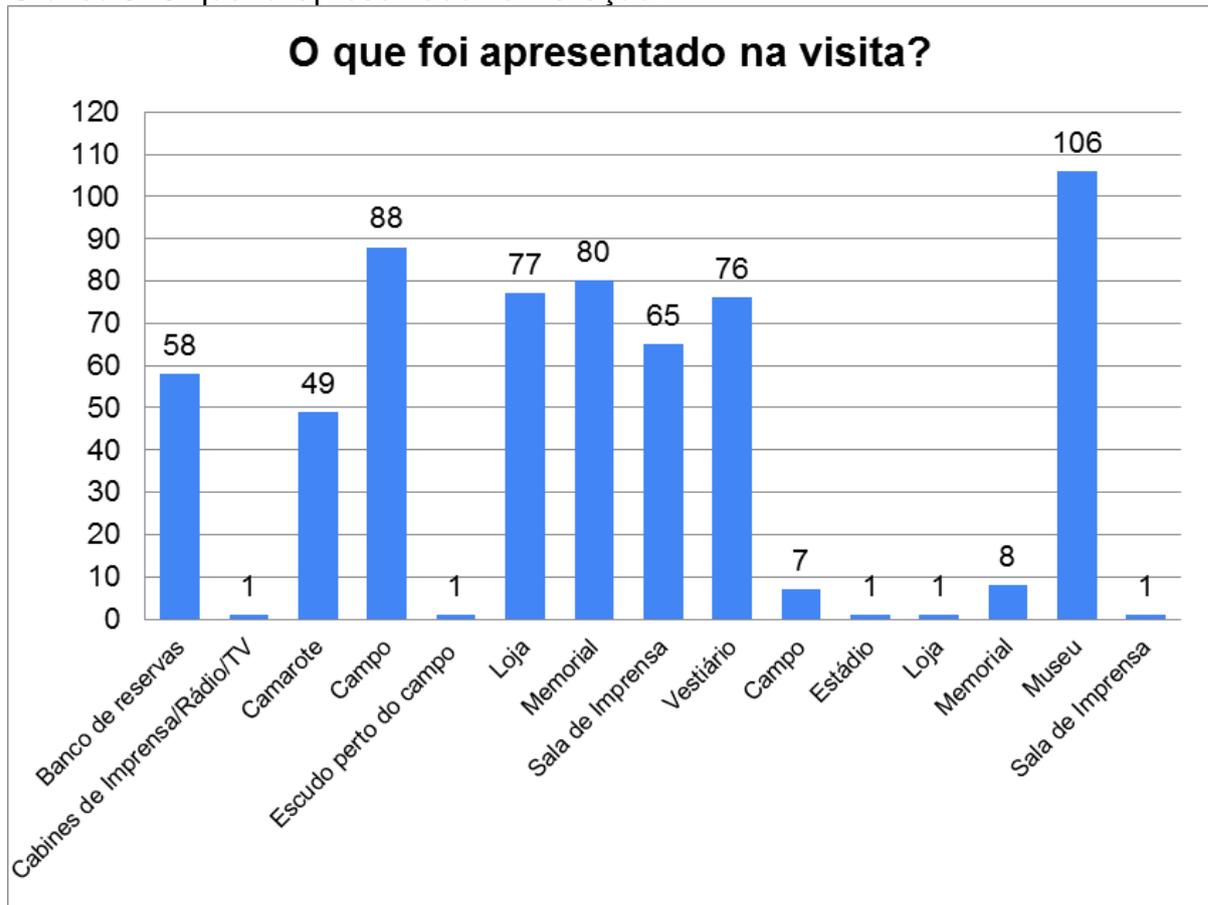
Essas pessoas visitaram estados como São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná que concentram times das séries A e B do campeonato brasileiro de futebol, os quais foram citados no Quadro 1 e que oferecem atividades turísticas como mostram os Quadros 2 e 3.

Dos estados citados como já visitados, Rio de Janeiro e São Paulo, ambos mencionados mais de 20 vezes, oferecem atrativos ligados ao futebol. No Estado do Rio de Janeiro tem o Maracanã, o Museu da Seleção Brasileira de Futebol e os atrativos ligados de forma direta aos times, como o Vasco e o Fluminense como mostram os Quadros 4 e 5. Em São Paulo encontra-se o Museu do Futebol e atrativos dos times como o Santos, São Paulo, Corinthians, entre outros. A cidade de Curitiba, capital do estado do Paraná foi citada mais de 10 vezes, por apresentar atrativos como o estádio do Athletico.

Também atrativos internacionais, localizados na Espanha, Argentina e Inglaterra, como na cidade de Buenos Aires que foi citada mais de 10 vezes por quem respondeu a pesquisa.

Também foram questionados sobre o conteúdo dessa visita, como mostra o Gráfico 6. Cabe ressaltar que o que foi marcado pelos respondentes refere-se ao que eles recordam da visita anteriormente realizada, podendo haver outros atrativos não mencionados por eles.

Gráfico 5: O que foi apresentado na visitação.

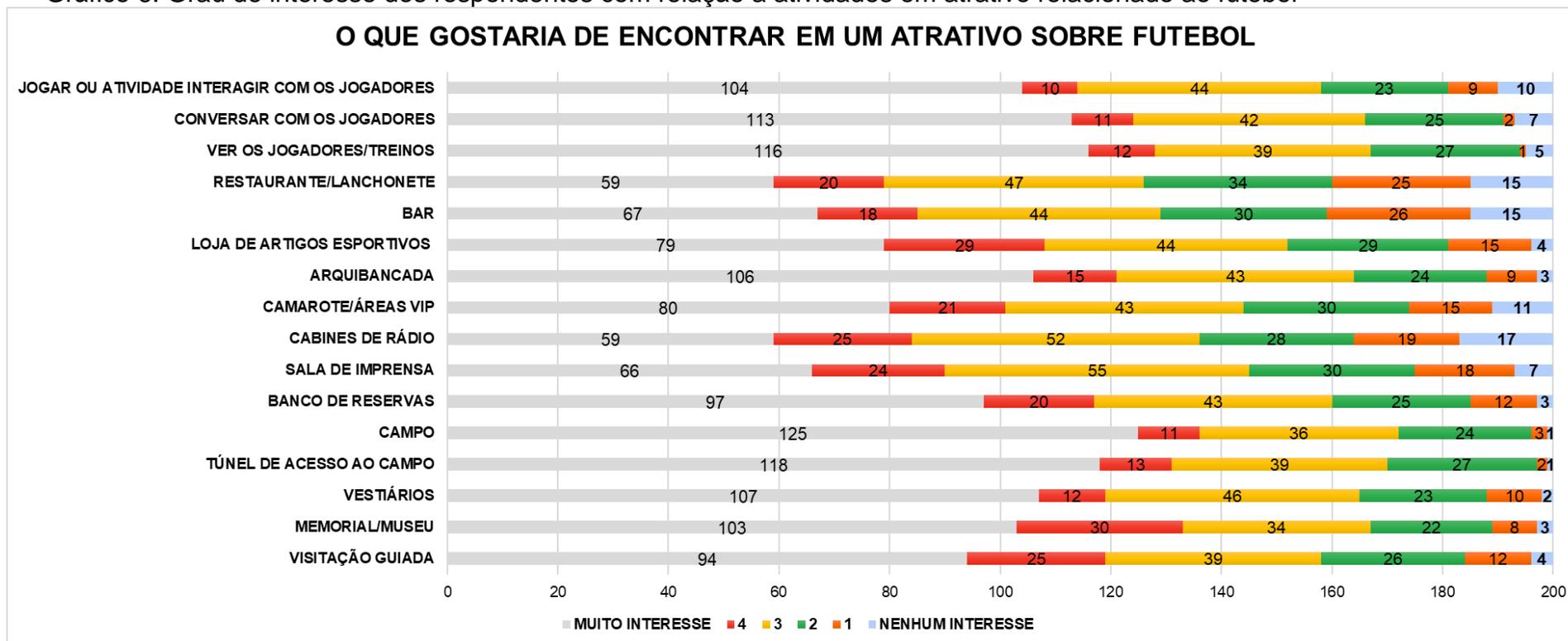


Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Sobre como foi conduzida a visitação, alguns times ofertam a visita guiada, como mostram os dados do Quadro 3 onde times como o Santos, Ponte Preta, Fluminense e o Internacional fazem dessa forma. Das 123 respostas obtidas referente ao assunto, 91 pessoas assinalaram que os atrativos foram de forma guiada e 32 pessoas indicaram que não foi de forma guiada.

Além de indagar o que alguns conheceram, foi questionado (tanto aos que possuíam experiência prévia, quanto aos que mencionaram não haver visitado atrativos relacionados ao futebol) o que os respondentes gostariam de ver durante uma visitação. Nesta pergunta os sujeitos tinham como opção marcar o seu grau de interesse em uma escala de 0 a 5, sendo 0 nenhum interesse e 5 muito interesse em realizar as atividades listadas. Os resultados desse questionamento são expostos no gráfico.

Gráfico 6: Grau de interesse dos respondentes com relação a atividades em atrativo relacionado ao futebol



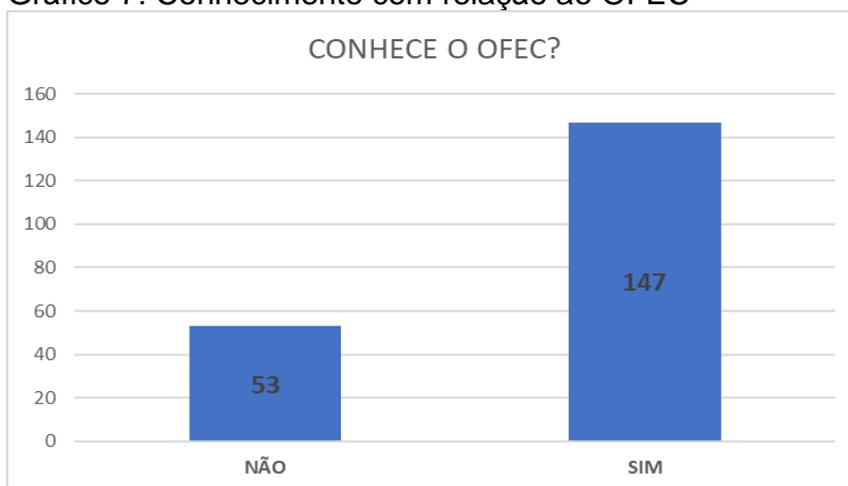
Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

O que não obteve muito interesse foram bares, restaurantes, cabines de rádio, sala de imprensa e camarotes. Analisando assim com os dados do Quadro 4 e o gráfico sobre os que visitaram a sala de imprensa é maioria entre os times, mas algo não muito interessante para o visitante. Mais interessantes foram campo, túnel, memorial / museu, jogadores como interação e conversa e vestiário. Sendo esses pontos também apresentados em maioria das visitas, algo que agrada ao turista e que os times oferecem.

Destaca-se também o dado que 94 assinalaram como muito interesse em que a visita seja de forma guiada, o que já alguns times oferecem enquanto outros deixam que a visita seja “livre”.

Nas Perguntas específicas sobre o Operário, foram questionados se já conhecem o time. Sendo que a maioria dos respondentes conhece como mostra o Gráfico 7.

Gráfico 7: Conhecimento com relação ao OFEC



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Sabendo que 147 pessoas já conhecem o Operário de alguma forma, foram questionados se gostariam que tivesse algum atrativo turístico. A maioria respondeu positivamente como mostra o Gráfico 8.

Gráfico 8: Interesse em atrativo turístico sobre o OFEC



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Em que 73,5% gostariam de conhecer um atrativo sobre o OFEC e também levando em consideração o que foi perguntado no Gráfico 6 sobre a visita ser guiada, os respondentes foram questionados novamente, mas em específico sobre o Operário. O retorno positivo se repetiu de forma ainda mais expressiva como mostra o Gráfico 9.

Gráfico 9: Interesse em visita guiada no OFEC



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022

Sabendo que foi questionado sobre como esperam o atrativo e também pensando que para ser implementado este projeto terá gastos, para isso seria necessário cobrar ingresso para a visita. Sobre o valor a ser cobrado como

ingresso, foi feito no questionário uma pergunta específica sobre o assunto. As respostas ficaram divididas conforme o Gráfico 10.

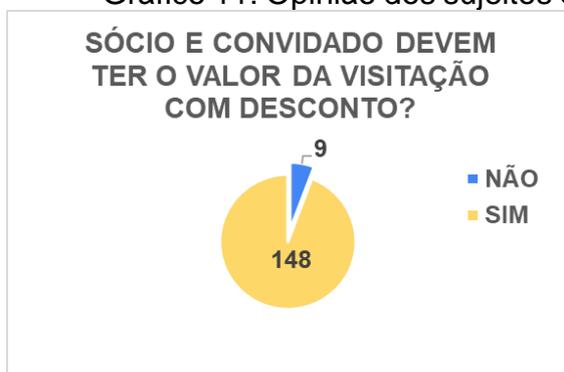
Gráfico 10: Valores dos ingressos



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022

O valor marcado com preponderância pelos que responderam à pesquisa foi entre R\$ 21,00 até R\$ 30,00. Lembrando que os outros times oferecem e cobram para isso, esse valor ficaria como entrada inteira (quando a pessoas não obtém nenhuma forma de desconto). As formas de descontos que poderiam ser contempladas seriam meia entrada para estudantes, moradores da cidade, professores, doadores de sangue, idosos, entre outros. Foi também questionado se o sócio torcedor deveria pagar um valor diferenciado e novamente houve um retorno afirmativo (Gráfico 10).

Gráfico 11: Opinião dos sujeitos quanto a valor diferenciado para sócio torcedor



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022

Com todos esses dados sobre o que esperam dos atrativos de futebol e o interesse específico no OFEC, vale realizar um breve resgate histórico que poderia embasar uma proposta de visitação nesse time centenário do interior do Paraná, que desde 1912 está nas competições de futebol.

4.3. PROPOSTA DE VISITAÇÃO PARA O OPERÁRIO FERROVIÁRIO ESPORTE CLUBE

Na presente seção pretende-se apresentar um roteiro cujo foco será a história do OFEC. Para isso é apresentada a estrutura e possibilidades no Estádio Germano Krüger e sugestões, diante dessa e dos dados dos outros times e dos respondentes da pesquisa.

4.3.1. CURIOSIDADES HISTÓRICAS DO OPERÁRIO

O início do futebol paranaense foi em Ponta Grossa – PR, como explica Defino (2012), para ser mais exato no dia 24 de outubro de 1909, onde moradores de Curitiba viajaram para jogar contra trabalhadores da ferrovia e militares do Tiro de Guerra 21.

Alguns anos depois, em 1912 surgiu o Foot-ball Club Operário Pontagrossense, onde praticavam o esporte em um terreno plano próximo as oficinas da rede ferroviária. Em 1914 mudou novamente de nome, para Operário Foot-ball Club, mas em meados do século 20 mudou para Operário Sport Club. Com a incorporação do clube social dos ferroviários, no ano de 1933, veio o nome atualmente usado Operário Ferroviário Esporte Clube.

Foi feita a incorporação, pois a fusão mudaria a data / ano de fundação do time, que tem desde 1914 definido em estatuto que sua data de fundação seria 1 de maio de 1912, pois no primeiro de maio comemorava-se o dia do operário.

A escolha de suas cores vem de uma homenagem as raças brancas e negras, com isso atraindo torcedores e simpatizantes pela atitude do time, como aponta Defino (2012), é o primeiro time do Paraná a adotar uma atitude civilizada.

Seu símbolo é o fantasma, pois “assombrava” os times que enfrentava. Depois do campeonato Paranaense de 1958 essa mascote foi mais incorporada ao time por causa da imprensa.

Seu rival direto desde a época do amadorismo, que era o Guarani Esporte Clube, a cidade acabava sendo dividida pelas duas Torcidas, o clássico Ope-Guá. Seu rival histórico surgiu em 1914, era conhecido como time de elite por causa de seus fundadores serem da classe estudantil e comerciária.

Com o decorrer dos jogos começou a rivalidade, como um gol invalidado do Operário e a imprensa o denominava dos times de graxeiros operários, para o Operário e, pó de arroz bugrinos para o Guarani, mas em 1971 o time pediu licença do futebol profissional por tempo indeterminado e nunca mais voltou ao profissionalismo.

O OFEC tem mais de 100 anos de muitas histórias, desde seu tempo de amadorismo, as dificuldades para o profissionalismo e depois dos anos 2000 suas conquistas em âmbito nacional. Em 2015 foi Campeão Paranaense de Futebol, no ano de 2017 foi Campeão Brasileiro da Série D de Futebol e sua última conquista foi em 2018, sendo Campeão Brasileiro da Série C de Futebol.

4.3.2. ESTÁDIO GERMANO KRÜGER

Como conta Defino (2012), Germano Krüger na década de 30 assumiu a chefia das oficinas da rede ferroviária de Ponta Grossa, era estimado por todos e incentivava a prática do esporte, propondo a mudança de onde era o campo para um lugar amplo. Pagava o dobro depois do expediente, para que assim os operários pudessem construir o novo estádio, teve como primeiro nome Estádio de Vila Oficinas no ano de 1941.

Nos anos 50 o estádio mudou de nome, fazendo homenagem ao governador do estado Dr. Bento Munhoz da Rocha Neto. Mas finalmente em 1966 o estádio recebeu o nome de Germano Krüger, homenagem para quem apoiou tanto o time.

A estrutura do estádio é dividida em sua parte externa por setor Prata, Ouro e Diamante, a direita do setor Ouro encontra-se a parte destinada a torcida visitante, embaixo do setor diamante são os camarotes, como mostra a imagem a seguir (figura 02).



Figura 2: Foto aérea do estádio em 2020 com modificações
Foto: José Tramontin

O setor Prata (Figura 03) também é conhecido como arquibancada geral, sua entrada é na rua Emílio de Menezes, neste setor fica a torcida organizada, TTF (Torcida Trem Fantasma) a divisão para o campo é de alambrado, como mostra a foto a seguir.



Figura 3: Foto campo e setor prata 2022.
Foto: Autora da pesquisa

Sua diferença com o setor ouro (Figura 04) é juntamente a divisória com o campo, pois no ouro ela é de vidro e muro mais baixo, também o setor é composto por bancos para os torcedores, é o setor mais próximo dos jogadores e comissão técnica.

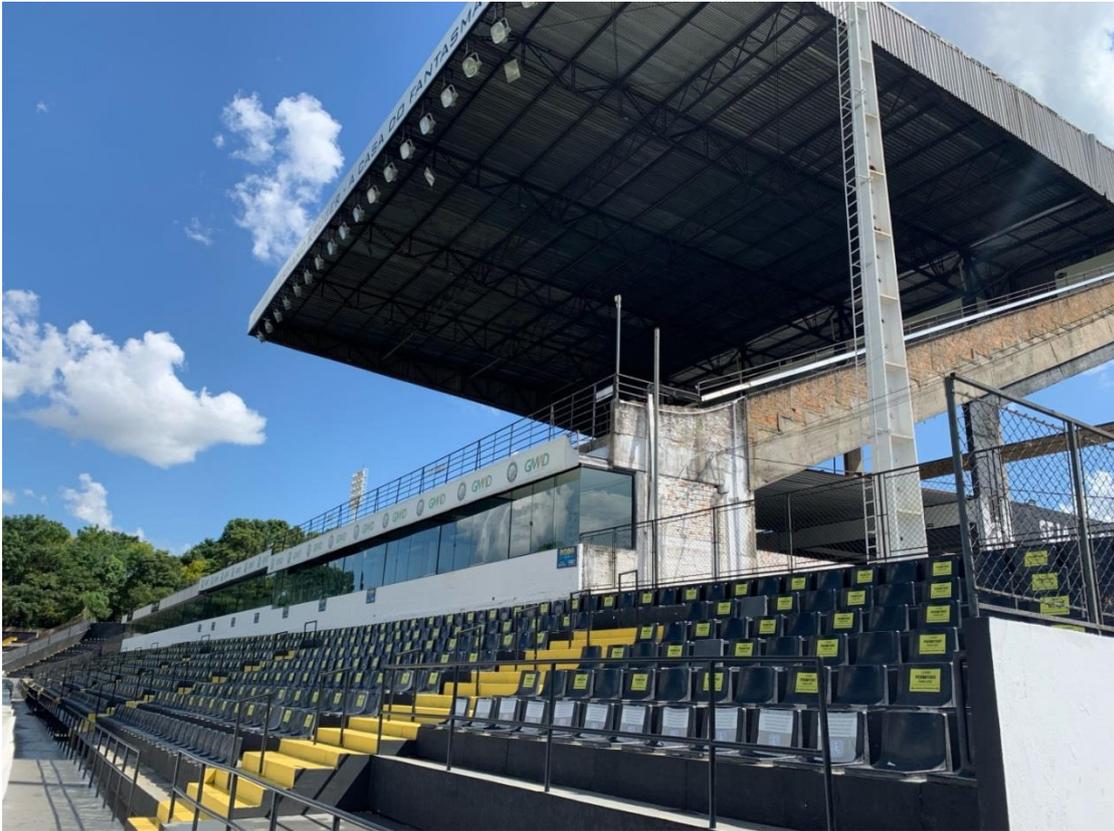


Figura 4: Foto Setor Ouro 2022
Foto: Autora da pesquisa

Logo em cima ficam os camarotes (Figura 04) que é a parte de vidro, e em cima dos camarotes fica o setor diamante (Figura 05), que é a parte coberta do estádio.

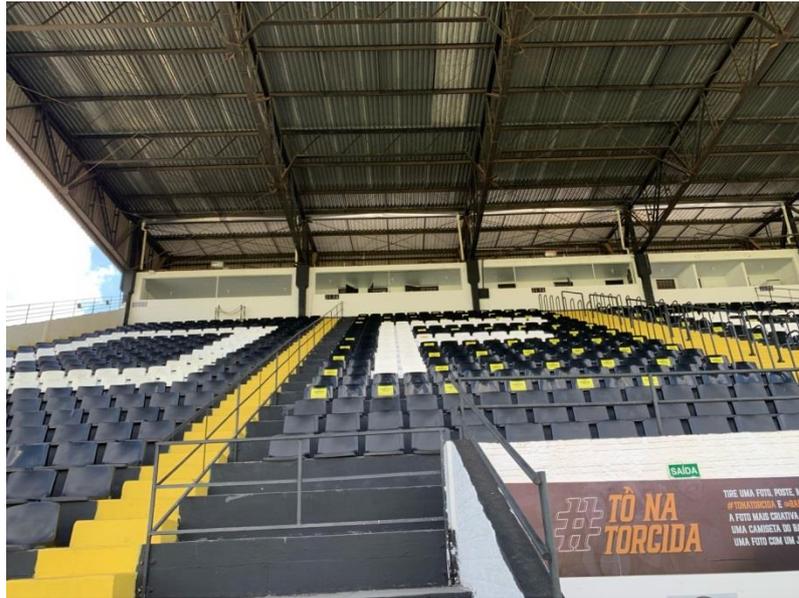


Figura 5: Foto Setor Diamante 2022
Foto: Autora da pesquisa

Além de ser o setor coberto do estádio, é onde ficam as cabines de rádio, com os bancos brancos formando as iniciais do time, é o setor mais alto do estádio (Figura 05), de onde tem uma visão inteira como mostra na próxima foto.



Figura 6: Foto Visão do campo do setor Diamante 2022
Foto: Autora da pesquisa

Por ter essa visão panorâmica de todo o estádio, é o setor que tem o ingresso mais caro nos campeonatos (Figura 06), esses valores têm variações por campeonatos, mas são mantidos os mesmos durante todo o campeonato como por exemplo o valor cobrado no Campeonato Paranaense de futebol, será diferente do valor que se cobrará para o Campeonato Brasileiro de Futebol da Série B.

Na parte interna do estádio, localiza-se a sala de imprensa, monitoramento, o administrativo, sala de reuniões e a parte do futebol (Figura 07). Na sala de reuniões, ficam os troféus, fotos históricas, organograma da diretoria e os aparelhos necessários para as reuniões.

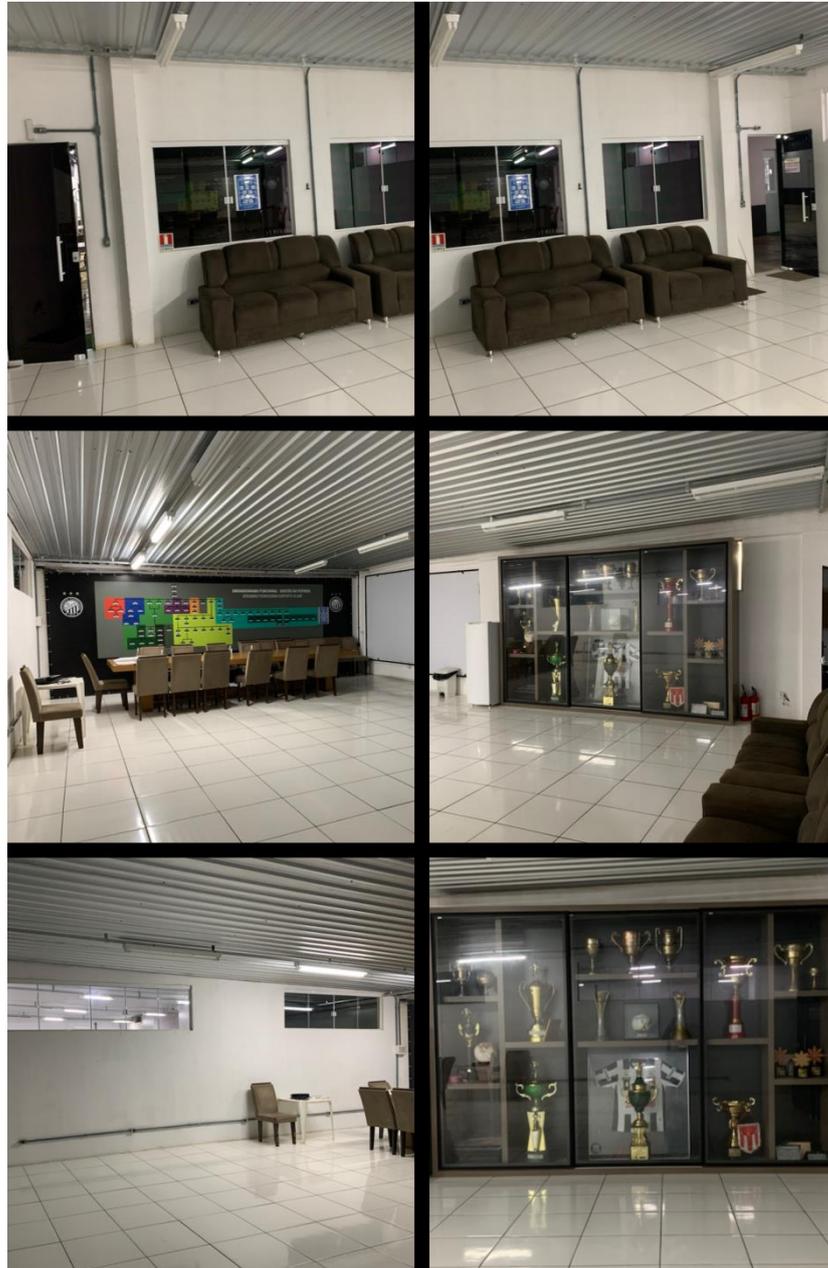


Figura 7: Foto Sala de Reuniões e Troféus 2022
Foto: Autora da pesquisa

A parte do futebol na entrada tem o Departamento médico, onde os atletas fazem fisioterapia, exames e preparação para o jogo, adentrando ao espaço, fica o vestiário, que é todo personalizado, com fotos dos jogadores e gramado sintético (Figura 08).



Figura 8: Foto Vestiário do time 2022
Foto: Autora da pesquisa

Ao lado do vestiário, ficam o vestiário dos visitantes, o vestiário da arbitragem e o acesso ao túnel que vai para o campo (Figura 09).



Figura 9: Foto Túnel de Acesso ao campo 2022
Foto: Autora da pesquisa

O túnel é todo com grama sintética, com imagens que remetem ao time, o próprio escudo e frases relacionadas ao time, uma forma de motivação aos jogadores nessa trajetória até o campo.

Na parte externa do estádio, onde o acesso dá-se pela rua, é localizada a loja oficial do time e três bilheterias.

Dentro do mesmo terreno, mas dividido por muros e portões fica a parte destinada ao social, contando com piscina, campos de futebol para jogos amadores, secretaria, estacionamento e churrasqueiras.

4.3.3. SUGESTÕES PARA VISITAÇÃO NO GERMANO KRÜGER

Com o que foi obtido no gráfico 6, na escala de 1 a 5, onde 1 era menos interessante e 5 mais interessante, sala de imprensa, cabine de rádio, bar, restaurante / lanchonete, loja e camarote, foram a menor pontuação para a escala. Os com maiores votos na escala 5 foram visita guiada, memorial / museu, vestiários, túnel de acesso ao campo, campo, banco de reservas, arquibancada, ver os jogadores (treinos), conversar com os jogadores e interação com os jogadores. Com esses dados pode-se distinguir a preferência para os visitantes.

Com estas informações, sobre o gosto do público, o roteiro ficaria com o início no setor diamante (Figura 05), para uma visão ampla do campo e arredores (Figura 06), onde seria contado sobre a formação do OFEC, agregando paisagem ao contexto histórico, neste ponto como se deu início o futebol na cidade de Ponta Grossa. Em seguida, a sala / memorial (Figura 07) onde teriam contato com fotos, vídeos, camisas, troféus, banners, representado na figura 10, em que mostra jogadores em meados de 1914, dois anos após a formação oficial do time.



Figura 10: Foto Antiga do Time, meados de 1914
Foto: José Cação Ribeiro Júnior

A visitação seguiria para os vestiários (Figura 08), onde cada armário tem a foto dos jogadores e o piso de grama sintética, seria comentado sobre as atuais conquistas do time e curiosidades sobre o elenco, após isso, seguiriam ao túnel (Figura 09), que é todo com grama sintética, frases e fotos motivacionais, além de áudios com o som da torcida, para assim, o visitante sentir como é a entrada em campo nos dias de jogos. Com isso, chegariam ao campo onde tem o banco de reservas, para ouvirem a abordagem sobre o nome do estádio e sua construção, uma interação com bola na beira do gramado, ida ao setor ouro (Figura 04), para explicação sobre setorização do estádio, em seguida a loja do OFEC e finalização do Tour. Com o acompanhamento do fotógrafo em toda a visitação, podendo assim, ao final, comprar as fotos como forma de souvenir.

Com a análise *SWOT* pode-se determinar os pontos em que a proposta pode apresentar suas fragilidades, bem como suas oportunidade, mostrando a viabilização para aplicação.

Quadro 6 – Análise SWOT.

<p>Pontos Fortes</p> <p>Único time nos campos gerais que está bem colocado nos cenários do futebol tanto estadual como nacional;</p> <p>Time Centenário;</p> <p>Estádio Próprio e com infraestrutura única;</p>	<p>Pontos Fracos</p> <p>Estrutura para implementação de memorial;</p> <p>Poucas fontes voltadas ao resgate histórico.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Vinda de visitantes para a realização dos campeonatos de âmbito nacional;</p> <p>Divulgação do time para os campeonatos que participa.</p>	<p>Ameaças</p> <p>Dois clubes conhecidos em âmbito nacional na capital do estado, com poucas horas de distância de Ponta Grossa.</p>

Foto: Autora da pesquisa

Deste modo atrelando as ideias da análise ao modelo de negócios, onde exemplifica como poderia ser investido na visitação.

O público alvo é composto por interessados pelo futebol e sua história, independentemente de serem torcedores. A visitação seria de forma adaptável, adequando-se ao público do momento, sendo algo personalizado e tendo interação com os colaboradores do time presentes no momento da visitação.

Caracterizado como uma atividade de lazer, a visitação uniria o poder público com o privado para ser implementado, o privado com os patrocinadores e o próprio time, o público com a prefeitura e instituições de ensino, entre as quais destaca-se a Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) que já possui convênio com o time.

O apoio privado seria obtido a partir da apresentação da proposta aos já patrocinadores do time, deixando evidente a intenção de preservação e conhecimento de sua história para o âmbito turístico. Já o apoio público, seria por meio de parceria com a prefeitura como incentivadora do turismo, incluindo o espaço em seus roteiros já divulgados.

Esperando desses que seu investimento possa ser tanto com equipamentos como dinheiro de forma direta.

A UEPG e outras instituições de ensino superior poderiam contribuir na estruturação da visitação, com a atuação de alunos do curso de Turismo, História e Educação Física como monitores de visitação e desenvolvimento de outras atividades.

Para esses alunos a atuação poderia ser na forma de estágio, extensão ou como horas complementares necessárias para a conclusão da graduação.

Canais para divulgação, fora o auxílio da Prefeitura, contaria com hotéis e as Redes Sociais do Time. Os hotéis apresentando a visitação aos seus hospedes, oferecendo como atrativo turístico e as redes sociais do time divulgando valores, horários e forma de agendamento.

Para o valor dos ingressos, levando em consideração os dados obtidos no Quadro 5 e os Gráficos 11 e 12, pode-se indicar que o time cobre o valor entre R\$ 21,00 e R\$ 30,00 para a entrada inteira, tendo também a meia entrada e com valor diferenciado para sócio torcedor. Para os sócios, poderia ser um valor como a meia entrada ou algo entre a meia entrada e a inteira, tendo uma forma de benefício para ter o acesso. Outra opção seria propiciar mais atividades ou brindes diferentes, cobrando o mesmo ingresso dos demais visitantes, mas propiciando a entrega de maior valor ao sócio torcedor. O lucro viria de forma direta para o time, em prol da preservação e adequação da visitação.

Em sua composição os gastos seriam para reorganização da sala onde ficaria o memorial, com objetos como TVs, onde os valores variam de acordo com os tamanhos. Para pagamento dos monitores, poderiam utilizar uma bolsa estágio no valor máximo R\$ 600,00 ou ofertando um plano anual de sócio podendo ser o prata no valor de R\$ 780,00 (anualmente) caso optem com a visitação de forma direta durante a semana, se for apenas nos finais de semana ou algo quinzenal, poderiam ofertar horas extra curriculares para contar na formação acadêmica.

Pensando de forma ecológica, a disponibilização de QR Codes na entrada e no memorial contendo um breve histórico, acesso ao site oficial e o roteiro em si, caso precisem poderia ser disponibilizado folders com essas informações.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ligação entre o turismo e o futebol que no Brasil alavancou o desenvolvimento após a Copa do Mundo de Futebol em 2014, fazendo com que mais times quisessem mostrar sua história, suas conquistas e como conseguiram alcançá-las e os turistas procuraram observar mais. Este trabalho teve como objetivo o desenvolver um roteiro para visita para o Operário Ferroviário Esporte Clube, no Estádio Germano Krüger, assim exaltando a história centenária deste time. Atualmente o time tem visibilidade em âmbito nacional, por estar participando principalmente da Série B do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino.

Tendo como início a pesquisa bibliográfica sobre planejamento forma como pode ser feito, plano de negócios, como inserir no mercado a proposta, uma breve passagem sobre a história do futebol, para assim entender a ligação entre o desenvolvimento do futebol e seu contexto histórico, como isso é relevante para a sociedade.

Em seguida foi realizada uma análise documental nos sites e redes sociais de 20 times para buscar a forma que o times tem oferecido ao turista. Nessa etapa delimitada nos times das regiões sul e sudeste do Brasil, mais especificamente os times que estão inseridos das séries A e B do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino. Encontrou-se questões como museu, atividade no campo de jogo, memorial das conquistas, contato com os jogadores, lojas etc. A listagem do que já existe embasou a construção do questionário da terceira etapa.

Em busca de entender melhor o ponto de vista do visitante, foi elaborado um questionário para que se pudesse verificar o turista que já visitou sobre o futebol e as expectativas quanto a um atrativo de futebol e especificamente quanto ao OFEC. O questionário foi aplicado online e divulgado em três etapas, sendo a primeira utilizando as redes sociais como Instagram®, Facebook® e WhatsApp® da autora. Na segunda etapa, grupos no Facebook® e Instagram sobre futebol®. Por último, QR Code nas entradas do estádio em dia de jogo contra o time de Londrina. Foram obtidas 200 respostas, com base nelas desenvolvidos gráficos, para melhor entendimento e auxílio na formação do roteiro.

As limitações desta pesquisa foram sobre a forma de contato com o público, por não poder ser aplicada de forma presencial e de até mesmo realizar visitas em

outros estádios para ver como são aplicadas, devida a pandemia, essa etapa teve de ser modificada para as plataformas digitais.

Sugestões para futuros estudos, elaboração de questionário para o grupo gestor do time, podendo assim ter também uma visão interna sobre o assunto e consultar os patrocinadores do time que tem interesse sobre o assunto e, uma forma de ajudarem tanto para a estruturação como com a divulgação da atividade turística, juntando informações referente às expectativas do que o time e o público esperam sobre o assunto.

Feita a apresentação dos dados obtidos, da história do time e sua estrutura, foi elaborado o roteiro. Esse teria como foco o entendimento e a preservação da história do time e buscaria não gerar custos para o mesmo. Utilizou-se o plano de negócios, para explicitar os pontos essenciais e possibilidades de parcerias e patrocínios. Com este trabalho concluído, ficando a possibilidade da implementação do roteiro ao time. Cabe destacar que havendo interesse do time, outros estudos e mais detalhamentos devem ser realizados em conjunto com o OFEC.

6. REFERÊNCIAS

BRASIL. Assessoria de Comunicação Social - Ascom/Mtur. Ministério de Turismo. **Turismo de futebol cresce no Brasil**: Empresas especializadas oferecem passeios guiados por estádios, visitas a monumentos e salas de troféus, além de experiências em bares temáticos para atender a uma demanda crescente de torcedores brasileiros e estrangeiros. 2014. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/ultimas-noticias/turismo-de-futebol-cresce-no-brasil>. Acesso em: 05 set. 2020.

DEFINO, Âgelo Luiz De Col. **Imortal operário ferroviário**: as histórias do fantasma de vila oficinas. Ponta Grossa: Estrategium Comunicação, 2012. 231 p.

Revista Brasileira de Futsal e Futebol São Paulo, v.4, n.13, p.170-174 Set/Out/Nov/Dez. 2012. ISSN 1984-4956

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil** – Uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2009, v. 1, 270 p.

COIMBRA, Camila; ROMANCHUC, Camila; SAKIYAMA, Wendy. **Linha Turismo De Curitiba E A Promoção Dos Estádios De Futebol Como Atrativos Turísticos**. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, 4., 2010, Curitiba. Artigo. Foz do Iguaçu, 2010. p. 1-18. Disponível em: festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/6.-LINHA-DE-TURISMO-DE-CURITIBA-E-A-PROMOÇÃO-DOS-ESTÁDIOS-DE-FUTEBOL-COMO-ATRATIVOS-TURÍSTICOS.pdf. Acesso em: 14 nov. 2020.

PINHEIRO, Pedro Mascarenhas de Souza. **Planejamento E Ações Para O Desenvolvimento Do Turismo No Ambiente Do Futebol**: Um estudo de Grêmio e Internacional de Porto Alegre. 2012. 206 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2012.

FLECHA, Angela Cabral; PONTELLO, Mathaeus Levy. **Comportamento do Torcedor do Futebol**. Podium: Sport, Leisure and Tourism Review, v. 4, n. 2, p. 72-87, maio 2015.

RODRIGUES, William Costa. 1 **Metodologia Científica**. Paracambi: 2007. 20 slides.

DANTON, Gian. **Metodologia Científica**. Pará de Minas: Irtualbooks Virtual Books Online M&M Editores Ltda, 2002.

CBF, Assessoria. Sobre a CBF: **Confederação Brasileira De Futebol Tem Como Principal Objetivo Liderar E Promover A Prática Esportiva Do Futebol No Brasil**. Confederação Brasileira de Futebol tem como principal objetivo liderar e promover a prática esportiva do futebol no Brasil. 2018. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/institucional/index/a-cbf>. Acesso em: 24 jun. 2021.

FPF, Assessoria. **História.** 2019. Disponível em: <http://www.federacaopr.com.br/Paginas/Federacao/Historia.aspx>. Acesso em: 25 jun. 2021.

ANDRADE, Rodrigo Fadul, 2009, Manaus. **Roteiros De Visitação Turística No Centro Histórico De Manaus: A Atuação Das Agências De Viagem 2009.** 40 p

FC., São Paulo. **Morumbi Tour.** Disponível em: <http://www.saopaulofc.net/estrutura/morumbi/morumbi-tour>. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUBE, São Paulo Futebol. **São Paulo Mania.** Disponível em: www.saopaulomania.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

PALMEIRAS, Sociedade Esportiva. **Palmeiras Store.** Disponível em: www.palmeirasstore.com. Acesso em: 07 set. 2021.

PAULISTA, Sport Club Corinthians. **Visita.** Disponível em: www.corinthians.com.br/clube/visitas. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUBE, Santos Futebol. **Santos Store.** Disponível em: www.santosstore.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUBE, Santos Futebol. **Memorial das Conquistas.** Disponível em: <http://www.memorialdasconquistas.com.br/>. Acesso em: 07 set. 2021.

PRETA, Associação Atlética Ponte. **Loja Oficial da Macaca.** Disponível em: www.1900mais.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

FLAMENGO, Clube de Regatas do. **Flamengo.** Disponível em: <https://www.flamengo.com.br/>. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUB, Fluminense Football. **Loja Oficial.** Disponível em: www.loja.fluminense.com.br/. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUB, Fluminense Football. **Flu Tour.** Disponível em: <https://www.fluminense.com.br/sobre/flu-tour>. Acesso em: 07 set. 2021.

GAMA, Club de Regatas Vasco da. **Tour da Colina + Espaço Experiência.** Disponível em: vasco.com.br/conteudo/tour-da-colina-espaco-experiencia/. Acesso em: 07 set. 2021

GAMA, Club de Regatas Vasco da. **Vasco Store.** Disponível em: <https://www.vascostore.com.br/>. Acesso em: 07 set. 2021.

REGATAS, Botafogo de Futebol e. **Visita ao Centro de Memória.** Disponível em: www.botafogo.com.br/ler-noticia.php?cod=2997. Acesso em: 07 set. 2021.

REGATAS, Botafogo de Futebol e. **Tour no Estádio Nilton Santos**. Disponível em: www.botafogo.com.br/ler-noticia.php?cod=3205. Acesso em: 07 set. 2021.

REGATAS, Botafogo de Futebol e. **Loja Botafogo**. Disponível em: loja.botafogo.com.br/. Acesso em: 07 set. 2021.

MINEIRO, Clube Atlético. **Shopping da Massa**. Disponível em: www.shoppingdamassa.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

MINEIRO, Clube Atlético. **Centro de Memória**. Disponível em: atletico.com.br/paginas/centro-de-memoria. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUB, Coritiba Foot Ball. **Portal**. Disponível em: www.coritiba.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUB, Coritiba Foot Ball. **Tour Pelo Couto**. Disponível em: www.coritiba.com.br/editorialistagem/60. Acesso em: 07 set. 2021.

PARANAENSE, Club Athletico. **Furacão Loja Oficial**. Disponível em: loja.athletico.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

PARANAENSE, Club Athletico. **Furacão Tour**. Disponível em: www.athletico.com.br/furacao-tour/. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUBE, Avaí Futebol. **Avaí Store**. Disponível em: avaistore.net. Acesso em: 07 set. 2021.

JUVENTUDE, Esporte Clube. **19treze**. Disponível em: moderniza.me/juventude/. Acesso em: 07 set. 2021.

INTERNACIONAL, Sport Club. **Inter Store**. Disponível em: www.lojadointer.com.br. Acesso em: 07 set. 2021.

INTERNACIONAL, Sport Club. **Museu do Inter | Visita Colorada**. Disponível em: internacional.com.br/servicos/museu. Acesso em: 07 set. 2021.

ALEGRENSE, Grêmio Foot-Ball Porto. **Museu Hermínio Bittencourt**. Disponível em: gremio.net/conteudo/index/46. Acesso em: 07 set. 2021.

CLUBE, Operário Ferroviário Esporte. **O Clube**. Disponível em: www.operarioferroviario.com.br/historia. Acesso em: 07 set. 2021.

SEBRAE. **O Quadro de Modelo de Negócios**: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. Um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. Brasília – DF, 2013.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de, **Planejamento estratégico** : conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2007.

FAGUNDES, Rosival. **A “Matriz Swot” do Brasil.** Disponível em:
www.administradores.com.br acesso em: 19/04/2022

7. APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

- Apresentação – Seção 01

Experiências e expectativas do turista em atrativos do futebol

Este questionário faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Turismo, da Universidade Estadual de Ponta Grossa, da aluna Aline Maria Rupel Soares, com orientações da Dra. Prof. Mirna de Lima Medeiros. Tendo como finalidade entender melhor as expectativas do turista sobre os atrativos ligados ao futebol.

- TCLE – Seção 02

TCLE

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado (a) a participar da pesquisa “ Experiências e expectativas do turista em atrativos sobre o futebol”. O objetivo dessa pesquisa é analisar as expectativas e experiências do turista em locais cujo o tema seja o futebol. A sua participação na pesquisa será no fornecimento de informações sobre a sua opinião e experiência por meio de respostas ao presente questionário online. Garantimos que suas informações só serão utilizadas após o seu consentimento, ou seja, o aceite deste documento, mediante o sigilo da sua identidade. Também informamos que as análises e resultados desta pesquisa serão utilizados para elaboração desse trabalho de conclusão de curso e suas publicações. Sua participação no estudo é voluntária e, portanto, não receberá recompensa ou gratificação nem pagará para participar, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas pelo Pesquisador(a). Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano. Será garantido livre acesso a todas as informações e retirada de dúvidas sobre o estudo, enfim, tudo o que você deseja saber antes, durante e depois da participação na pesquisa. Após a finalização da pesquisa você será informado (a) dos resultados. Em caso de dúvidas, você poderá entrar em contato com a acadêmica responsável: Aline Maria Rupel Soares - Telefone: (42) 99995-8631 ou sua orientadora: Prof^a Dr^a Mirna de Lima Medeiros - Tel: (42) 99919-8524. Estou ciente e de acordo com a participação na pesquisa: *

- () Sim
 () Não

- Perfil – Seção 3

Gênero

- Feminino
 Masculino
 Não quero informar

Idade: _____

Cidade e estado onde reside: _____

Torce Para Algum Time?

- Sim [Ir para seção 04 \(Torcida\)](#)
 Não [Ir para seção 05 \(Experiências Prévias – Turismo e Futebol\)](#)

- Torcida – Seção 4

Para qual(is) time(s) você torce? _____

É Sócio Torcedor?

- Sim
 Não

Já foi ao estádio do seu time?

- Sim
 Não

Já foi em algum estádio que não fosse do time que torce?

- Sim
 Não

Viajou para assistir algum jogo?

- Sim
 Não

Seu time tem visitaçã ou memorial?

- Sim
 Não

- Experiências Prévias - TURISMO E FUTEBOL – Seção 5

Já visitou algum atrativo turístico que fosse sobre o futebol?

- Sim [Ir para seção 06 \(Sobre Visitaçã\)](#)
 Não [Ir para seção 07 \(O que espera encontrar em um atrativo sobre futebol?\)](#)

- Sobre a visitaçã – Seção 6

Em qual(is) cidade / estado / país visitou algum atrativo relacionado ao futebol? Era de algum time específico?

Caso não se recorde perfeitamente pedimos a gentileza de preencher com o máximo de informações que se recorda para que possamos tentar identificar o local.

O que foi apresentado na visita?

- Museu
 Memorial

- Campo
 - Vestiário
 - Sala de Imprensa
 - Loja
 - Camarote
 - Banco de Reservas
- Outro:

A visitação foi guiada?

- Sim
- Não

De que modo você tomou conhecimento dessa atividade turística (relacionada ao futebol)?

- Site Oficial do time
 - Rede Social do time (facebook, instagram ou outros)
 - Indicação de amigos ou familiares
 - Site ou Redes Sociais do Destino Turístico
 - Agência ou Operadora de Viagem
 - Redes Sociais de Turismo tais como TripAdvisor, Melhores Destinos entre outros
- Outro:

Qual foi o valor pago pela visita? Considere o valor aproximado em Reais

- até R\$30
- entre R\$31 e R\$60
- entre R\$61 e R\$70
- entre R\$71 e R\$100
- o valor foi incluído no pacote
- não sei informar

- O que espera encontrar em um atrativo sobre futebol? – Seção 7

Marque o seu nível de interesse em visitar os espaços ou realizar as atividades listadas considerando 0= sem nenhum interesse e 5=muito interessado.

Visitação guiada	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Memorial / Museu	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Vestiário	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Túnel de acesso ao campo	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Campo	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Banco de reservas	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Sala de Imprensa	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Cabines de rádio	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Camarote / Áreas VIPs	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Arquibancada	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Loja de artigos esportivos e souvenirs do time	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Bar	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Restaurante e/ou lanchonete	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Ver os jogadores (Treinos)	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse
Conversar com os jogadores	Sem Interesse 0 1 2 3 4 5 Muito Interesse

Jogar ou algum ter alguma atividade de interação com os jogadores **Sem Interesse 0**
1 2 3 4 5 Muito Interesse

- Operário Ferroviário Esporte Clube – Seção 8

Conhece o OFEC?

- Sim
 Não

É torcedor do OFEC?

- Sim
 Não

É torcedor Sócio-Torcedor do OFEC?

- Sim *Ir para seção 10 (Sócio-Torcedor OFEC)*
 Não *Continuar para a próxima seção*

Reside em Ponta Grossa - PR?

- Sim
 Não

Já assistiu algum jogo do OFEC no estádio Germano Krüger?

- Sim
 Não

Gostaria de que tivesse algum atrativo turístico sobre o OFEC?

- Sim *Continuar para a próxima seção*
 Não *Ir para seção 11 (Finalização)*

Gostaria de uma visita ao estádio Germano Krüger?

- Sim *Ir para a Seção 9 (Expectativas sobre o atrativo referente ao OFEC)*
 Não *Ir para seção 11 (Finalização)*

- Expectativas sobre o atrativo referente ao OFEC – Seção 9

Você gostaria que a visita fosse guiada?

- Sim
 Não

Você teria direito a meia-entrada?

Conforme a Lei estadual possuem direito os estudantes, professores, doadores de sangue ou medula, idosos, PCD e portadores de câncer.

- Sim
 Não

Qual valor pagaria para realizar a visita? (entrada inteira)

- até R\$ 10,00
 entre R\$11,00 e R\$ 20,00
 entre R\$21,00 e R\$ 30,00
 entre R\$31,00 e R\$ 50,00

entre R\$51,00 e R\$100,00

Você pagaria a mais para realizar a visitação de forma exclusiva (restritas ao seu grupo)?

Sim

Não

Talvez

Você pagaria a mais para realizar ter interações com os jogadores?

Sim

Não

Talvez

- Sócio-Torcedor OFEC – Seção 10

Você gostaria que a visitação fosse diferenciada para o sócio?

Sim

Não

Sócio e um convidado poderiam ter o valor da visitação com desconto?

Sim

Não

- Finalização – Seção 11

Gostaria de realizar algum comentário ou sugestão para uma possível proposta de visitação para o operário ferroviário?

Caso deseje receber os resultados dessa pesquisa após a sua conclusão deixe o seu e-mail: _____