

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

LETÍCIA AIRES BARBOSA

O VOLUNTARIADO COMO EXPERIÊNCIA: UMA ANÁLISE DOS JOGOS RIO 2016

PONTA GROSSA
2017

LETÍCIA AIRES BARBOSA

O VOLUNTARIADO COMO EXPERIÊNCIA: UMA ANÁLISE DOS JOGOS RIO 2016

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo, da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Me. Ricardo Gomes Ramos

PONTA GROSSA

2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quero agradecer á Deus, por me dar força nos momentos difíceis. Aos meus pais, pelo amor e incentivo sempre. Mesmo meu pai estando longe, ele deu a maior força nessa etapa da minha vida.

Ao meu orientador, Profº Me. Ricardo Gomes Ramos, pela paciência, atenção, instrução e por acreditar em mim durante todo o desenvolvimento do trabalho. Conhecemo-nos neste ano e confiei totalmente para ser meu orientador. E me proporcionou segurança em realizar esse trabalho. Muito obrigada, por todas as dicas e conhecimento que você transmitiu durante esse tempo. Imensamente grata!

Aos professores, Profº Luiz Fernando Souza e Profº Paulo Stachowiak, por todas as dicas na realização deste trabalho e por estarem presentes nesse momento tão especial.

Aos demais professores do curso, pelo conhecimento transmitido durante os anos de graduação.

Aos meus amigos de graduação, pelo apoio e momentos de descontração. Você foram especiais e essenciais nesses 4 anos de curso.

Dedico este trabalho aos meus pais e avós, pelo apoio e incentivo durante todos esses anos de faculdade.

RESUMO

A experiência do voluntariado é o objeto desta pesquisa, que apresenta um pouco da importância e espaço que o trabalho voluntário vem adquirindo nas atividades turísticas. Sendo assim, este trabalho de conclusão de curso tem, como objetivo analisar a experiência de voluntários participantes dos Jogos Olímpicos Rio 2016. A metodologia consistiu na elaboração de um questionário online (nas versões português e inglês), utilizando, além de questões fechadas, uma escala Lickert de grau 5, com afirmações que possibilitem compreender o significado na participação do voluntário na edição 2016 dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, portanto colaborando com o entendimento desta experiência. Como resultados, observa-se o grande interesse dos voluntários em participar de megaeventos como os jogos olímpicos motivado pela gama de experiências vivenciadas, peculiares a um trabalho de voluntariado.

Palavras-chave: Trabalho voluntário; Jogos Olímpicos; Experiência.

LISTA DE SIGLAS

| | |
|--|----|
| COI - Comitê Olímpico Internacional | 8 |
| FNP – Frente Nacional de Prefeitos | 11 |
| ONG – Organização Não Governamental | 12 |
| G1 - Portal Online da Rede Globo | 12 |
| BRT - Bus Rapid Transit | 34 |
| VLT - Veículo Leve sobre Trilhos | 34 |

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Foto do estrangeiro nas Olimpíadas

27

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|----|
| Quadro 01 - Variáveis integrantes à elaboração do questionário | 5 |
| Quadro 02 - Produtos turísticos relacionados ao voluntariado | 16 |
| Quadro 03 - Distribuição Geográfica dos voluntários | 26 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 01- Idade dos voluntários | 25 |
| Gráfico 02- Escolaridade dos voluntários | 29 |
| Gráfico 03- Área de formação dos voluntários | 29 |
| Gráfico 04- Renda dos voluntários | 30 |
| Gráfico 05- Idioma | 31 |
| Gráfico 06- Participou apenas das Olimpíadas, Paraolimpíadas ou de ambos | 32 |
| Gráfico 07- Motivação dos voluntários para participar como voluntário | 33 |
| Gráfico 08- Área em que os voluntários participaram | 34 |
| Gráfico 09 - O contato com diferentes culturas foi motivador a minha participação como voluntário rio 2016 | 35 |
| Gráfico 10 - O fato de ter sido no Brasil aumentou o interesse em querer participar . | 35 |
| Gráfico 11- A minha candidatura como voluntário se deu através da possibilidade de adquirir conhecimento e a oportunidade de conhecer novos lugares e culturas | 36 |
| Gráfico 12- O treinamento para fazer parte desse trabalho foi satisfatório | 37 |
| Gráfico 13- O meio de hospedagem que utilizou supriu suas necessidades | 38 |
| Gráfico 14- O acesso até o parque Olímpico foi bem aproveitado e de fácil localização | 38 |
| Gráfico 15- As atividades de lazer realizadas em horários livres foram satisfatórias e com uma experiência única em conhecer lugares diferentes | 39 |
| Gráfico 16- Minha participação em um evento como este foi satisfatória, aprendi várias coisas e adquiri muita experiência em conhecer novas pessoas e culturas | 40 |
| Gráfico 17- Senti que com o meu envolvimento enquanto voluntário contribuiu para o sucesso dos Jogos Rio16 | 41 |
| Gráfico 18- Fiquei satisfeito com o meu desempenho na realização das tarefas que me atribuíram | 42 |
| Gráfico 19- Tive a oportunidade de aprender alguns idiomas, com as pessoas de outros países presentes | 42 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1- INTRODUÇÃO..... | 3 |
| 2 - METODOLOGIA: | 5 |
| 3- FUNDAMENTAÇÃO TEORICA..... | 7 |
| 3.1 – Megaeventos | 7 |
| 3.2 – Trabalho voluntário no âmbito do turismo..... | 12 |
| 3.3 – Experiência Turística e Turismo de Experiência..... | 19 |
| 4- ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS..... | 24 |
| 4.1 – Caracterização do perfil do voluntário RIO16..... | 25 |
| 4.2 – Percepção da experiências do voluntariado nos Jogos RIO16..... | 34 |
| 5- CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 44 |
| APÊNDICE | 54 |

1 INTRODUÇÃO

De acordo com o site G1¹, o orçamento total dos Jogos Olímpicos Rio 2016, foi de R\$ 39 bilhões; destes, R\$7 bilhões para as despesas da organização, com investimento privado do próprio comitê organizador. Outros R\$ 7 bilhões usados para as instalações olímpicas, enquanto que, a maior parte (R\$ 24 bilhões) para as obras tidas como legado para a cidade: vias urbanas, revitalização do porto, e transporte como o VLT, o BRT e a ampliação do metrô - a única obra sob a responsabilidade do governo do estado.

Tais características fazem dos jogos olímpicos um megaevento, ou seja, um acontecimento ocorrido em cidades/países, vinculado ao desenvolvimento de uma infraestrutura excelente para a realização do evento. Pode-se dizer que um dos mais importantes resultados dos megaeventos é a consolidação de uma marca global para a cidade-sede ou país-sede. Segundo o site Politize², o país que recebe grandes eventos esportivos, mesmo sendo por um tempo limitado, tem uma grande atenção da mídia internacional, tendo assim um maior fluxo de turistas e tornando a sede mais conhecida no exterior.

De acordo com Fernandes e Fernandes (2008), os megaeventos esportivos, em particular, por estarem relacionados a temáticas que despertam o interesse de um grande número de pessoas, independentemente de idade, sexo, classe social, nacionalidade ou religião, muitas vezes se tornam o único elo em comum entre nações tão distintas.

Como exemplo, tem-se dois dos maiores megaeventos mundiais: a Copa do Mundo de Futebol da FIFA e os Jogos Olímpicos, ambos possuindo como tema o esporte.

Com isso, os megaeventos esportivos despertam o interesse turístico dos gestores locais, pois o turismo de eventos esportivos, entendido como “todas as atividades específicas de viagens com vistas ao acompanhamento, desempenho e participação exercidos em eventos desportivos, no país e/ou no exterior” (ANDRADE,

¹ Disponível em <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2016/06/eduardo-paes-detalha-gastos-com-olimpiada-do-rio.htm>> Acesso em 11/08/2017

² Disponível em: <<http://www.politize.com.br/copa-do-mundo-e-jogos-olimpicos-valeu-a-pena/>> Acesso em 11/08/2017

1992, p.75), pode tornar-se responsável por inúmeros investimentos e melhorias na cidade-sede.

Além dos impactos causados na cidade e/ou país sede, a organização de um megaevento demanda a participação de um volume expressivo de mão de obra que, em sua grande parte é oriunda de voluntários, mediante um criterioso processo de seleção e treinamento.

Na consideração da recente organização dos Jogos Olímpicos Rio 2016, busca-se saber o significado desta experiência e, por este motivo, tem-se o seguinte questionamento: O voluntariado durante os Jogos Olímpicos Rio 2016 pode ser considerado uma atividade do turismo de experiência?

Neste sentido, o presente trabalho tem por objetivo geral analisar a experiência de voluntariado dos participantes nos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Como objetivos específicos se têm: entender a motivação dos voluntários que trabalharam nos Jogos Olímpicos Rio 2016; analisar o voluntário como consumidor; e compreender o voluntariado no âmbito do turismo de experiência.

Este trabalho está dividido em 3 capítulos, a saber: Metodologia, Fundamentação Teórica e Análise e discussão dos resultados. O capítulo da fundamentação teórica divide-se em três seções: Megaeventos; Trabalho voluntário no âmbito do turismo; e Experiência turística e Turismo de Experiência.

2 METODOLOGIA

O estudo em questão caracteriza-se por ser de caráter exploratório, já que busca compreender algo pouco discutido no universo do Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa: voluntariado e experiência nos Jogos Rio 2016. O desenvolvimento desta temática, portanto, demandou uma pesquisa de caráter bibliográfico tendo como base as referências que discutem macro temas como megaeventos, voluntariado e experiência turística, como fazem Matias (2008), Wearing (2001) e Ritchie (2010), respectivamente.

No intuito de mensurar a experiência dos voluntários dos Jogos Rio 2016, na primeira parte, foi elaborado um questionário, com perguntas fechadas, de caracterização geral do respondente, como dados sócio demográficos (idade, renda, origem, etc.).

A segunda parte do questionário utiliza uma escala Lickert de grau 5 (discordo totalmente, discordo parcialmente, concordo totalmente, concordo parcialmente, nem concordo nem discordo), com afirmações que possibilitem compreender o significado na participação do voluntário na edição 2016 dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, portanto colaborando com o entendimento desta experiência. As variáveis integrantes ao questionário e correlatos aos objetivos específicos desta pesquisa são apresentados no quadro 01:

| Objetivo | Variáveis | Indicadores |
|---|--|---|
| Entender a motivação dos voluntários que trabalharam nos Jogos Olímpicos Rio 2016 | Fatores motivacionais que levaram o voluntário à candidatura de participação dos Jogos Rio 2016 | <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizado; • Troca cultural; • Auto realização |
| Analisar o voluntário como consumidor | Consumo de serviços em geral e serviços turísticos durante a estada no Rio de Janeiro como voluntário | <ul style="list-style-type: none"> • Uso de transporte público; • Hospedagem; • Atividades turísticas. |
| Compreender o voluntariado no âmbito do turismo de experiência | Percepção do voluntário quanto sua participação na edição dos Jogos Olímpicos 2016 como algo significativo em sua vida | <ul style="list-style-type: none"> • Relações sociais construídas; • Significado da participação; • Mensuração de experiências vivenciadas |

Quadro 01 - Variáveis integrantes à elaboração do questionário.

Elaborado pela autora

Os questionários foram elaborados e hospedados eletronicamente pela plataforma Google Forms, em duas versões: uma em português² e outra em inglês³. Os questionários ficaram disponíveis entre os dias 17 de setembro a 04 de outubro recebendo, neste intervalo, 175 respostas. Em conformidade aos dados divulgados pela mídia⁴, os jogos Rio 2016 tiveram, no total 70 mil voluntários (incluindo-se aí as evasões), entre brasileiros e estrangeiros. Trabalhando 45 mil voluntários nos Jogos Olímpicos e 25 mil nos Jogos Paraolímpicos.

No intuito de validar a amostragem referente a esta pesquisa, foi realizado um cálculo⁵ que, com um grau de confiança de 80% e margem de erro de 5% dá como resultado o total de 164 respondentes necessários a confiabilidade da mesma.

A distribuição dos questionários aos voluntários foi feita por meio de compartilhamento de link em redes sociais como Instagram, Whatsapp e Facebook.

A interpretação de dados se deu pelo cálculo estatístico integrante à plataforma Google Forms e os gráficos foram elaborados em MS Excel. Os resultados desta pesquisa são apresentados no capítulo de análise e discussão deste trabalho.

²Disponível em: <<https://goo.gl/G8YSNa>> Acesso em: 08 out.17

³Disponível em: <<https://goo.gl/3L2ivk>> Acesso em: 08 out.17

⁴ Disponível em: < <http://crf-rj.org.br/noticias/notas-e-comunicados/690-voluntarios-os-herois-dos-jogos-rio-2016.html>> Acesso em 30 out.17

⁵ Disponível em: < [https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/.](https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/)> Acesso em 30 out.17

3 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

Neste capítulo será apresentada uma construção teórica capaz de colaborar com o entendimento das atividades de voluntariado como fator significativo ao turismo de experiência. Para tanto, tem-se como objeto de análise os voluntários de megaeventos, já que os jogos olímpicos caracterizam-se desta forma.

3.1 Megaeventos

Na tentativa de entender os efeitos causados pelos megaeventos esportivos nas cidades postulantes e nas cidades sede, apresenta-se o entendimento do termo cidade, espaço onde são realizadas as atividades sociais, culturais, econômicas e políticas.

Segundo consta em Houaiss (2001, p. 714):

“Cidade é a aglomeração humana de certa importância, localizada numa área geográfica circunscrita e que tem numerosas casas, próximas entre si, destinada à moradia e/ou atividades culturais, mercantis, industriais, financeiras e a outras não relacionadas com a exploração direta do solo.”

E nesse espaço denominado cidade é onde acontecem os megaeventos. Esse termo tem sido genericamente empregado como um sinônimo de grandes competições esportivas, com potencial lucrativo para a cidade sede, trazendo oportunidades para incrementar o turismo de forma regional ou mesmo nacional.

As organizações desses eventos aceleram a regeneração urbana que é demandada pela cidade-sede, melhorando a sociedade. Os megaeventos trazem benefícios para a imagem do país, tendo assim a exposição internacional, onde gera positivamente o modo de como a cidade sede e a população são vistas por outros mercados.

Hall (2006 *apud* TAVARES, 2011) certifica que pode colocar num mesmo grupo de megaeventos as Feiras e Exposições juntamente com Jogos Olímpicos e Copas do mundo, pois, esses eventos assemelham-se pela

grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da sociedade anfitriã (HALL, 2011, p. 17 *apud* TAVARES, 2006, p. 59).

Os Jogos Olímpicos, por exemplo, é um tipo de evento esportivo que reúne várias modalidades do esporte para competir com outros países, na intenção de representar seu país. Para a realização desse grande evento, é preciso muita infraestrutura e preparação para a realização dos Jogos.

Logo, para pleitear a sede de um evento esportivo em determinada cidade é necessário um longo processo de candidatura até a escolha definitiva. A organização dos Jogos Olímpicos demanda o envolvimento de diversos setores na sociedade que estão interessados em possíveis vantagens para sediar os jogos. Desde o instante do planejamento para se candidatar á sede das olimpíadas, há diversas etapas que devem ser cumpridas.

É necessário que o COI (Comitê Olímpico Internacional) avalie as propostas de todas as cidades candidatas, para decidir qual será a melhor e mais adequada. A escolha para saber qual será a cidade-sede é realizada em duas fases. Na primeira são analisados 11 critérios e as candidatas recebem uma nota de 0 a 10.

A segunda fase da seleção é mais exigente; nessa fase, há uma avaliação de 17 critérios, além de uma visita da Comissão Avaliadora às cidades candidatas. Os critérios analisados são: legado, apoio político, legislação, fronteira, meio ambiente, finanças, marketing, locais de prova, Para-olimpíadas, vila olímpica, saúde, segurança, acomodações, transporte, tecnologia, mídia e cultura. (SECRETARIA DA EDUCAÇÃO – 2008)⁶

Segundo Orlando (2008, p. 28):

Os megaeventos expressam um projeto urbano de renovação e reestruturação da cidade. Nesse sentido, é impossível falar de megaeventos esportivos sem falar de projeto de cidade, como dois processos inseparáveis. Portanto, para além do evento esportivo em si mesmo, o que está em jogo é o projeto de intervenção urbana, no qual o discurso em torno desses megaeventos seria acionado buscando legitimar tal projeto.

Pelo vínculo ao legado, Roche (1994, p. 19) afirma que megaevento é “um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes nas cidades e/ou países que o sediam e está associado à criação de infraestruturas e facilidades para o evento”.

Importante destacar, portanto, que um evento de grande proporção se for bem planejado e bem sucedido, pode projetar uma imagem positiva para a cidade que será

⁶ Disponível em: <http://www.educacaoofisica.seed.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=97> > Acesso em 30/10/2015

sediada, por meio de uma mídia nacional e internacional, para mostrar a criação da infraestrutura adequada para a realização desse evento.

Além disso, Roche (2003) destaca que os megaeventos são amplamente divulgados pela mídia internacional e assistidos por milhares de pessoas ao redor do mundo.

Neste sentido, a cidade ou país sede, além de impulsionar investimentos nos mais diferentes setores, ainda possui, durante a realização deste tipo de evento, uma visibilidade mundial, podendo então alavancar a sua oferta turística durante a realização do evento e, por consequência, potencializar o volume de turistas.

Com a exposição de tal evento na mídia, pode fazer com que o volume e interesse de pessoas aumentem, seja durante o evento ou pós evento também, despertando o interesse em conhecer o destino.

Sendo assim, pode se compreender o potencial dos megaeventos esportivos tornarem-se economicamente lucrativos para a cidade, trazendo oportunidades para, entre outros aspectos, colaborar com o desenvolvimento do turismo no âmbito local ou nacional.

Para que seja realizado um evento desse porte, é necessário que ocorra um planejamento detalhado em diversas áreas, no qual possíveis falhas possam ser previstas e evitadas, e os ajustes necessários possam ser realizados.

Os megaeventos são equivalentes a outros esforços que cidades-sede adotam para o incremento do turismo e a visibilidade do destino, no intuito de aumentar o fluxo turístico internacional, impulsionando também o turismo doméstico. São estratégias que envolvem uma combinação de esforços urbanos e locais em prol do benefício não apenas da cidade, destino-sede, mas também do país.

Além disso, os megaeventos têm a capacidade de reinventar a metrópole e alçá-la a um patamar de importância no contexto mundial. Se bem-sucedidos, os megaeventos projetam a imagem da cidade em âmbito nacional e internacional (TYLER, GUERRIER E ROBERTSON, 2001).

De acordo com Pace, Hardt e Figueiredo (2015) para uma melhor compreensão dos impactos causados pelos megaeventos, deve-se considerar que este agrega áreas que podem ser estudadas separadamente para a avaliação dos legados, inclusive os relacionados ao turismo, já que,

O grande legado de megaeventos esportivos pode não estar ligado aos resultados dos jogos em si, mas a outros benefícios que chegam até à população. Grandes eventos são um importante catalisador para melhoria na qualidade de vida e podem acelerar o processo de reestruturação de uma cidade nas mais diversas áreas, como transporte, segurança, habitação e educação, entre outros. Nessa esfera, o turismo pode se transformar em um benefício que perdura não só durante o evento, mas também depois que ele termina. (PACE;HARDT E FIGUEIREDO, 2015, p. 23)

Os vários elementos ligados aos megaeventos deveriam estar relacionados com o desenvolvimento urbano e o desenvolvimento turístico, tanto para a criação de uma infraestrutura adequada e as facilidades para sua realização, que podem ser estendidas para a comunidade local, buscando melhorias para os envolvidos.

Logo, para que um megaevento seja considerado um sucesso é importante que sua realização propicie uma imagem positiva da cidade e permite legados positivos para a comunidade local, reduzindo os impactos negativos. Como exemplo, pode-se citar as olimpíadas de Barcelona, em 1992.

Barcelona foi a primeira edição desde os Jogos Olímpicos de Munique, em 1972, em que todos os comitês Olímpicos Nacionais estiveram presentes. De acordo com as notícias da página do Estadão⁷, Barcelona se transformou de um lugar degradado para um grande centro de turismo e lazer. Foram investidos bilhões de dólares para a reurbanização da cidade, que transformou a imagem da cidade, tornando-a um dos lugares mais procurados pelos turistas, resultado este normalmente conseqüência a se esperar de uma sede desse evento.

Neste sentido, para a realização de um megaevento é preciso identificar as necessidades e oportunidades para a criação de um evento, seja sob demanda ou públicos, abordando o marketing estratégico para a publicação, analisar os principais passos, estratégia, estruturação, economia, planejamento, patrocínios e estratégias.

Para DaCosta; Miragaya (2008, p. 36) um megaevento pode ser definido pelo número de participantes ou pelo 'processo', o que para eles significa: "curta duração, porém de preparação longa e por vezes intermitente, sempre operando em escala de milhões de participantes".

Segundo Roche (apud HORNE; MANZENREITER, 2006, p. 2) "megaeventos são melhores compreendidos como eventos culturais (inclusive comerciais e

⁷Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,veja-como-as-olimpiadas-de-1992-mudaram-a-cara-de-barcelona,864345>> Acesso em 02/08/17

esportivos) de larga escala, os quais têm um caráter dramático, apelo popular de massa e significado internacional".

Nesse sentido, os megaeventos são considerados marco de modernidade com longa tradição de integrar interesses industriais e corporativos com aqueles de governo em relação ao desenvolvimento urbano e com a imagem nacional. (SCHIMMEL, 2006).

De acordo com (HALL, 2006, p.59),

Os megaeventos apresentam grandiosidade em termos de público, mercado alvo, efeitos políticos, nível de envolvimento financeiro do setor público, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social anfitriã.

Hall (2006) ainda afirma que, historicamente falando, Feiras e Exposições internacionais são, junto com os Jogos Olímpicos, os modelos fundamentais do que devemos entender como megaeventos.

Nesses eventos, existe a oportunidade de realizar o trabalho voluntário, fazendo com que pessoas de todo o mundo possam inscrever-se para tal, de uma forma solidária, sem remuneração no final.

Em conformidade ao site FNP⁸, responsável pela seleção de jovens moradores do Rio de Janeiro, para fazer parte do grupo de voluntários dos Jogos Rio 2016, alguns requisitos foram necessários, tais como idade superior a 18 anos e disponibilidade de desempenhar atividades durante todo o evento. Além disso, o candidato passou por um processo de seleção, dividido em duas etapas.

Na primeira, os candidatos deveriam comprovar experiência prévia em atividades sociais e de sensibilização, de preferências em alguns eventos. Os aprovados na primeira etapa foram chamados para uma entrevista e dinâmicas. Eles tiveram treinamento para exercer suas atividades e saber recepcionar pessoas vindas de todas as partes do mundo.

De forma semelhante, porém com as especificidades de um processo à distância, foi feita uma seleção com pessoas de diferentes partes do globo. Foram requisitos para estes candidatos⁹:

⁸Disponível em: <<http://www.fnp.org.br/noticias/item/1063-rio-2016-aberto-processo-seletivo-de-voluntarios-para-as-olimpiadas>>. Acesso em 11/08/2017

⁹Disponível em: <http://www.fpr-remo.com.br/arquivos/Entendendo%20o%20Programa%20de%20Volunt%C3%A1rios%20do%20Rio%202016_131014.pdf>. Acesso em 30/09/2017

Disponibilizar pelo menos 10 dias de trabalho, que podem ser consecutivos ou não; garantir a disponibilidade para o processo de seleção e de treinamento; escolaridade mínima de Ensino Fundamental; ter acesso à internet em função dos treinamentos online; todos os candidatos a voluntários obrigatoriamente precisam ter, no mínimo, 18 anos em 2016; não há limite superior de idade para os candidatos a voluntários.

O site G1¹⁰ relata que aqueles que receberem a carta-convite foram informados sobre os cargos, as áreas funcionais e as instalações que foram selecionados. Após o recebimento, os aprovados tiveram dez dias para aceitar a carta-convite, e assim oficializados como voluntários dos Jogos Rio 2016.

3.2 Trabalho voluntário no âmbito do turismo

A atividade turística se torna destaque no crescimento da economia e, o trabalho voluntário se firma como uma atividade de novos adeptos. O trabalho voluntário tem atraído várias pessoas para ter a oportunidade de conhecer um novo lugar e uma nova cultura, ao mesmo tempo em que se pratica um ato solidário.

Esse tipo de trabalho pode ser realizado para ajudar pessoas, ONGs (organizações não governamentais), colaborar em eventos grandes sem ter nenhuma remuneração no final desse trabalho, e sim a satisfação de fazer parte de um evento como esse e a aquisição de experiência como elemento motivador à participação do corpo de voluntariado.

A atividade voluntária pode ser realizada na localidade ou moradia do participante, como em seu bairro ou na cidade, como também em outro estado, com pessoas e nacionalidades diferentes.

Segundo Lage e Pastre-Rossi (2007), muitos viajantes optam por realizar esse tipo de turismo visando adquirir experiência profissional, exercitar habilidades que usualmente não são usadas, além da vontade de crescer emocionalmente e até mesmo pela busca por soluções para problemas pessoais.

A geração Y é um exemplo de turistas que procuram viagens com o intuito de adquirir experiências. Conhecida como “Geração Millenium”, que fazem referencia aos

nascidos nas décadas de 80/90. Essa geração¹¹ tem convivência muito cedo com as tecnologias avançadas. Uma característica seria a busca por novas experiências e ávidos por mudança, liberdade e inovação. De acordo com Oliveira (2009, p.6):

Eles têm uma capacidade de aprendizado muito mais intensa e muita mais rápida. Tem muito menos preconceito em relação á diversidade. Possuem a vantagem de ter o pensamento globalizado. Ele é mais contestador que os jovens em outras épocas. [...] esse jovem tem um drive de mudança contínua de querer inovar as coisas, É parte de seu DNA querer mudar e alteras as coisas.

Com isso, essa geração é conhecida como a geração que sempre busca novos desafios, são criados em ambientes que motivam sua capacidade de questionamento e de conhecimento.

Valorizam muito as experiências adquiridas em eventos, shows, atividades em geral, e que ampliem o espectro de oportunidade na vida. O trabalho voluntário seria um exemplo para essa geração, querendo ter um conhecimento mais aprofundado e compartilhar mais para frente suas experiências.

A valorização do presente está na busca obstinada de aproveitar cada instante da vida. A Geração Y gosta de experimentar novas situações, a busca do autoprazer é um conceito constante na vida desses jovens. Tapscott (1999, p.67) explica que os jovens “vivem e respiram inovação, constantemente procurando aperfeiçoar o modo como as coisas são feitas”.

Uma segmentação que vem sendo difundida pelo Ministério do Turismo brasileiro e, vem de encontro às características dos millenials, é o turismo colaborativo, o qual consiste na busca de experiência onde se gasta pouco e conhece vários lugares. Acaba sendo a saída para muitas pessoas que querem viajar com segurança e tranqüilidade e, ao mesmo tempo, gastando muito pouco em comparação com o turismo tradicional. Com a ajuda da tecnologia, alguns sites e aplicativos, o turismo colaborativo está ganhando espaço.

Um site para encontrar hospedagem gratuita é o Couchsurfing¹², uma rede social que oferece acomodações gratuitas, em todas as partes do mundo, na casa de desconhecidos. Além de economizar muito em hospedagem, há uma troca experiências com as pessoas que encontrará nesse local, seja o dono da casa e outro hóspede presente. Outro exemplo de rede social que possui essa possibilidade de

¹¹Disponível em: <<http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-geracao-y/>> Acesso em 11/08/2017

¹²Disponível em: <www.couchsurfing.com> Acesso em 11/08/2017

troca é o Warm Shower¹³, que é específico para hospedar pessoas que viajam de bicicleta.

O House sitting é outra maneira de hospedagem gratuita. Consiste em se hospedar enquanto o dono da casa está viajando, e em troca deixa a casa em bom estado. Alguns sites de House sitting são: Mind My House¹⁴, Trusted House Sitters¹⁵.

Ainda de acordo com o site do Ministério do Turismo¹⁶, o turismo colaborativo é uma prática comum nos Estados Unidos e nos países da Europa, e que agora está dando seus primeiros passos no Brasil. Esse segmento de turismo consiste em trocar o custo da viagem pela prestação de algum tipo de serviço oferecido.

A idéia desse tipo de turismo significa uma nova forma de viajar, conhecer novos lugares e até países, gastando menos através de algumas ferramentas de consumo colaborativo, por exemplo, os apps de hospedagem compartilhada, hostel, carona compartilhada, etc. Não se trata de uma viagem de luxo, e sim de uma viagem compartilhada, conhecendo novas pessoas, culturas, fazendo um turismo sustentável.

O turismo colaborativo tem muito a ver com a era das redes sociais e aplicativos, porque a tecnologia hoje trabalha em facilitar a vida das pessoas. Além de ser uma forma de viajar para as pessoas que gostam de se relacionar, é um modelo de turismo que agrada aos viajantes aventureiros, interessados em economizar e fazer uma viagem mais sustentável.

Com isso, o trabalho voluntário e o turismo colaborativo, acabam tendo algumas semelhanças, uma vez que ambos tendem a proporcionar aos turistas uma visão de experiência única com pessoas que nunca tiveram algum contato. Conhecer novas culturas, lugares, costumes. Tem a possibilidade de economizar em alguns aspectos também.

Desta forma, pode se considerar a busca do voluntariado como um elemento motivador à realização de atividades turísticas. Segundo Lage e Pastre-Rossi (2007), muitos viajantes optam por realizar esse tipo de turismo visando adquirir experiência profissional, exercitar habilidades que normalmente não são usadas, além da vontade de crescer emocionalmente e até mesmo pela busca por soluções para problemas pessoais. São pessoas de idades diferentes querendo novas experiências.

¹³Disponível em: <<https://pt.warmshowers.org/>> Acesso em 11/08/2017

¹⁴Disponível em: <<https://www.mindmyhouse.com/>> Acesso em 11/08/2017

¹⁵Disponível em: <<https://www.trustedhousesitters.com/>> Acesso em 11/08/2017

¹⁶Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5144-viajantes-oferecem-mao-de-obra-em-troca-de-descontos-e-experiencias.html>> Acesso em 11/08/2017

O trabalho voluntário é uma participação não remunerada, buscando ter mais conhecimento sobre o evento trabalhado e querer experiências para sua vida. Segundo a Lei nº 9.608/98¹⁷,

Considera-se serviço voluntário a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a Instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade (BRASIL, 1998).

Logo, o turismo voluntário pode ser entendido como a utilização do tempo livre em uma viagem, fora da esfera de atividade regular, para dar assistência a outros que necessitem (McGEHEE; SANTOS, 2005).

Esse trabalho é realizado através do tempo livre da pessoa, tendo em mente que não recebe nenhuma remuneração financeira para realizá-lo. Nessa atividade, ele se dispõe a oferecer e prestação um serviço por vontade própria, analisando o benefício de terceiros.

Wearing (2001) afirma que o turismo voluntário influencia o estilo de vida dos seus praticantes, através de uma mudança de valores e de consciência, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento comunitário, chamando-o de experiência interativa direta.

É importante observar a motivação dessas pessoas a fazerem o trabalho voluntário e doarem seu tempo às ONG e eventos. Quanto melhor uma organização conhecer seus voluntários, é mais fácil de saber suas necessidades e expectativas.

O portal VolunTourism2¹⁸, contem várias informações sobre o programa de turismo voluntário tanto para algumas organizações como para os viajantes. Este portal ajuda a informar os viajantes para tomar suas decisões em relação aos destinos, ao tipo de trabalho e a duração de melhor forma, conscientes do tipo de experiência e das suas responsabilidades e preparados para conhecer os desafios de um turismo voluntário.

Além disso, facilita a comunicação entre o turismo e as organizações que realizam o trabalho voluntário, apoiando no atendimento ao turista e no desenvolvimento de corporações, e ao mesmo tempo em que as ONGs continuem exercendo seus trabalhos sociais. O mesmo portal¹⁹ diz ainda que

¹⁷<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/11676496/artigo-1-da-lei-n-9608-de-18-de-fevereiro-de-1998>

¹⁸voluntourism.org

¹⁹Idem

No sentido mais amplo, o volunturismo representa as experiências de voluntariado que incluem viagens para um determinado destino, a fim de realizar um trabalho ou serviço. Em uma abordagem mais refinada e equilibrada, volunturismo é a combinação integrada do serviço voluntário para um destino com os elementos tradicionais de viagens e turismo – artes, cultura, geografia, história e recreação. (VOLUNTOURISM, 2011).

Algumas definições importantes são apresentadas no site²⁰ da ONG Centro de Ação Voluntária de Curitiba - CAV (2012). Segundo o mesmo, “o voluntário é o indivíduo que, movido pela vontade, assume livremente uma atitude responsável, comprometida, criativa, prazerosa e transformadora perante o mundo.”

Isso significa que ele está inserido em um contexto no qual percebem problemas e dificuldades, além de identificar a melhor forma de colaborar para a sua resolução ou para amenizá-lo.

Grosso e Zamarian (2009) definem o voluntariado como um conjunto de ações, desenvolvidas sem intento financeiro, ao menos manifesto, que envolvem algum tipo de doação (dinheiro, tempo, conhecimento, etc.), sendo o voluntário o sujeito que se engaja nessas ações para “se doar” e resolver problemas de determinado grupo de pessoas ou de determinada comunidade.

Importante destacar ainda a existência de trabalhos voluntários onde a pessoa, mesmo não recebendo nada pelo trabalho desempenhado, necessita realizar a contratação de um produto, normalmente no modelo de um programa de viagem ou intercâmbio. O quadro 02 apresenta algumas operadoras de intercâmbio que promovem atividades relacionadas ao trabalho voluntário:

| EMPRESA | PRODUTO | DESTINO |
|---------------------------------|---|----------------------------------|
| CI intercâmbio e viagens | Realiza-se em um centro de saúde local, onde os voluntários trabalham oferecendo assistência médica à equipe, fornecendo cuidados básicos e informações aos pacientes e familiares. | Cuzco, no distrito de Belenpampa |
| CI intercâmbio e viagens | O trabalho é desenvolvido em uma instituição educacional com pouca infraestrutura, onde os voluntários realizam atividades em diversas áreas (jogos, música etc), com as crianças. | Cuzco, ao sul dos Andes peruanos |
| Volunteer Vacations | O principal objetivo do projeto é ajudar a salvar tartarugas marinhas da extinção. Com a ajuda dos voluntários, é fundamental para obter uma documentação mais detalhada | Costa Rica (Continua) |

²⁰<http://www.acaovoluntaria.org.br/enquete/resultado.asp>

| | | |
|----------------------------|--|---------------------|
| | para mapear os ninhos das tartarugas e ajudar a preservar essa espécie em extinção. | |
| Volunteer Vacations | Em <i>Bwawani</i> , o voluntário pode dar aulas de reforço para crianças de cinco a quinze anos, que estudam na escola da comunidade. Também é possível trabalhar na parte de sustentabilidade ajudando no jardim orgânico da escolinha. Já em Zanzibar, o voluntário irá trabalhar dando aulas aos pequenos alunos de uma escola local. | Tanzânia |
| Volunteer Vacations | Os voluntários colaboram com as aulas de contra-turno escolas, oficinas, assistência jurídica, psicologia e social às famílias, atendem as necessidades básicas imediatas. | Rio de Janeiro |
| Volunteer Vacations | Temos três tipos de projetos para o país: orfanato, educação com jovens na Favela Kibera e empoderamento de mulheres e crianças com AIDS. | Quênia/ Orfanato |
| Volunteer Vacations | Neste programa, os voluntários (dois participantes são o mínimo necessário) vão visitar as casas m Krumasi realizando funções básicas de saúde | Gana |
| Volunteer Vacations | Além de aprender sobre a cultura do povo andino, o voluntário terá a oportunidade de desenvolver diversas atividades junto das crianças, mulheres e homens que vivem na região. | Chile |

Quadro 02 – Produtos turísticos relacionados ao voluntariado

Fonte: Elaborado pela autora. (Pesquisa Direta, 2017)

A primeira empresa apresentada é a CI intercâmbio e viagens²¹; fundada em 1988, é uma empresa de intercambio e turismo jovem do Brasil. Eles possuem mais de 100 lojas no país e no exterior, já tendo embarcado jovens brasileiros para conhecer o mundo em viagens que unem o estudo, trabalho e o lazer. Segundo o site da empresa, ela foi eleita pela segunda vez como a melhor agência da América Latina.

A segunda é a Volunteer Vacations²², que, em conformidade ao seu site, é uma empresa que procura proporcionar as pessoas que buscam pela experiência do voluntariado, a sensação de ajudar pessoas de outros países de forma significativa, fazendo assim o turismo consciente.

²¹Disponível em: <<https://www.ci.com.br/sobre-a-ci-intercambio-e-viagem>>. Acesso em: 07/08/2017

²²Disponível em: <<http://volunteervacations.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 07/08/2017

No site é comentado ainda que a empresa pesquisou, analisou e fechou parcerias com algumas das ONGs do mundo com a intenção de proporcionar as pessoas dos mais variados perfis, uma experiência de curto prazo em uma organização de ajuda humanitária.

Segundo Sebben (2007, p.34) “a idéia central dos intercâmbios não poderia ser puramente de estudos, mas, mais do que isso, de mudança de si mesmo”. Portanto, ao participar de programas de intercâmbio, essas pessoas vivenciam experiências diferentes do seu cotidiano, e com isso, incorpora culturas que não são comuns no seu dia a dia e passa a acrescentá-las no seu perfil profissional e pessoal.

O surgimento do intercâmbio deu-se com os movimentos migratórios e de internacionalização do ensino, que, conforme Kafler (2007, p.8), tiveram início na Idade Média, com a criação das universidades européias:

As “universitas” eram compostas por professores de diferentes regiões e países, que formavam comunidades internacionais. Os estudantes e professores viajavam em busca do conhecimento e de aventuras, visitando diversas universidades em Oxford, Bologna, Paris e outras regiões, realizando cerimônias de colação de grau em todos estes lugares por onde passavam.

Ressalta-se que o intercâmbio não tem o objetivo exclusivo de desenvolver estudos, mas também o de conhecer e vivenciar a rotina de outro país, por meio da troca de experiências culturais (TAMIÃO, 2010).

O aspecto do intercâmbio estudantil ocorre principalmente pelos interesses que os jovens possuem de aprimorar seus conhecimentos e acrescentar valores ao seu perfil, além de conhecer várias e novas culturas e pessoas. Com essa iniciativa, terá uma diferenciação no currículo discente, o qual é enriquecido com as informações do país que visitou, em termos de aspectos culturais, profissionais, lingüísticos, gastronômicos, religiosos e econômicos, ajudando assim, o intercambista a ingressar com maior facilidade no mercado de trabalho.

Portanto, a experiência em trabalhar como voluntário pode ser caracterizado como um “intercâmbio”, pois o participante deste tipo de programa é motivado pelo trabalho, mas também pelas múltiplas relações de caráter sócio cultural, logo caracterizada como uma atividade feita com prazer de ajudar a comunidade sem receber nada em troca financeiramente.

Dessa forma, não se fala apenas de uma experiência qualquer, e sim de uma experiência significativa e memorável, podendo tornar-se algo marcante, uma vez que a participação como voluntário em megaeventos, como é o caso dos jogos olímpicos, não é uma oportunidade corriqueira, tampouco facilmente vivenciada por qualquer pessoa, dada a complexidade na participação, desde gastos até disponibilidade de tempo livre.

Devido à relevância de um megaevento, a participação neste tipo de voluntariado acaba sendo algo inesquecível para quem vivenciou tal experiência, a qual certamente proporcionou aquisição de conhecimento e a construção da lembrança por momentos ímpares vividos, impossíveis de se quantificar, pois cada voluntário tem um ponto de vista, portanto diferentes relações com o processo vivenciado.

Por outro lado, tais vivências, ou “resultados” de viagem, adquiridos por voluntários, em geral, podem ser qualitativamente percebidos, a partir do apontamento de pontos comuns na experiência adquirida, como o aprendizado de um idioma, o contato com novas culturas, auto realização, etc., podendo ser relacionado ao turismo de experiência.

3.3 Experiência Turística e Turismo de Experiência

Quando se fala de experiência turística, é essencial falar sobre o “novo turista”, um consumidor mais informado, exigente e com várias motivações que procura experiências únicas. Lopes (2010, p.89) afirma isso:

O “novo turista” [...] constitui um “multi indivíduo”, mais informado, mais exigente, mais sofisticado, domina a Internet e as tecnologias de informação e comunicação, com uma maior disponibilidade financeira, valoriza a individualidade, a oferta da diversidade e da autenticidade bem como de experiências únicas/personalizadas, enfim, não consome o que lhe oferecem, procura incessantemente o que quer, e aquilo que quer tem de ser único e autêntico.

Sun Tung e Ritchie, (2011, p. 1369) definiram experiência turística como:

Uma avaliação individual subjetiva (afetiva, cognitivo e comportamental) de eventos relacionados a sua atividade turística que começa antes (ou seja, planejamento e preparação), durante (ou seja, no destino), e depois da viagem (ou seja, o recolhimento).

A experiência turística tem um significado diferente para cada turista, suprimindo suas necessidades e expectativas naquele determinado momento. Tudo que o turista conhece e experimenta num determinado destino acaba sendo uma experiência, seja ela negativa ou positiva.

O turismo de experiência é algo que marca o turista imensamente. “Os sociólogos dessa área abordam a relação entre o turismo como forma de escape da rotina e a experiência da viagem como forma de ampliar a mente, o qual contribuiu para o enriquecimento próprio” (PANOSSO NETTO, 2010, p.44).

Sharpley e Stone (2011, p. 7) referem que “[...] as necessidades e expectativas dos turistas tornaram-se mais diversas e complexas em resposta às transformações na dinâmica sociocultural do mundo do turismo”. Somado a isso, cita-se a evolução tecnológica observada nos últimos anos, afetando setores, como o Turismo.

Nesta perspectiva, os destinos turísticos buscam pela eficiência, usando a tecnologia como auxílio no gerenciamento das informações. Assim, os destinos turísticos, por meio das tecnologias, vêm ofertando múltiplas opções de experiência e significado nos atrativos turísticos seja por acesso à informação em geral ou mesmo em atividades de interpretação (por meio de aplicativos) ou ainda a realidade virtual e seus possíveis usos para o turismo.

A tecnologia é, portanto, um fator-chave de mudança no mercado do turismo, cuja importância é enfatizada em tecnologias inteligentes, que ajudam na gestão da cidade e do destino, na busca por uma Cidade Inteligente (INVAT.TUR, 2015).

Os serviços móveis podem ser moldados para se adaptar as necessidades do turista, ajudando no processo de escolha dos destinos turísticos. Dois conceitos que são importantes para entender um pouco sobre a importância da tecnologia do turismo, são a Cidade Inteligente e o Destino Turístico Inteligente.

A Cidade Inteligente, ou *smart city*, é definida pelo uso da tecnologia para melhorar a qualidade de vida da população. E o Destino Turístico Inteligente tem como objetivo melhorar a experiência do turista, facilitando a integração e utilizando as TIC's nos destinos.

Assim, de acordo com o Portal do SEBRAE²³, o Destino Turístico Inteligente se consolida por meio de estruturas turísticas que facilitam a interação e integração com o visitante, durante e depois da viagem, melhorando a qualidade de sua experiência no destino.

Nesta perspectiva, a tecnologia é o fator ideal para impulsionar mudança no setor de turismo, fazendo o uso intensivo de informações para o planejamento do turista. As redes estão cada vez mais favorecendo todos aqueles que querem acelerar seu tempo de compra, dentro do conforto da sua casa, apenas entrando em contato com a empresa on-line de turismo solicitada.

Ademais, as redes sociais também servem de referência para uma tomada de decisão, pois é a partir da experiência do outro que o consumidor poderá compreender se aquele produto se adequa as suas necessidades.

Importante ressaltar também que as experiências adquiridas por cada turista é diferente. Cada um trás conhecimentos e lembranças diferentes, e isso pode interferir na decisão do outro na escolha desse mesmo destino.

Se o turista conheceu determinado lugar e só vivenciou coisas boas, hospedagem boa, passeios, alimentação, isso será um dos pontos positivos que fará com que o outro conheça esse lugar. Caso contrário, fará com que o turista não tenha interesse em conhecer esse mesmo lugar.

Desta forma, é correto afirmar que, atualmente, o marketing “boca à boca” volta a ser uma das formas de comunicação mais utilizadas. A diferença é que, ao invés do que ocorria na década de 1990, hoje se encontra numa realidade tecnológica. As impressões e informações de clientes agora são rapidamente compartilhadas, por meio de relato para outras pessoas sobre a sua experiência em determinado lugar.

Outra ferramenta utilizada pelos turistas é a rede social Trip Advisor, que é uma plataforma digital onde encontram diversos recursos para sua viagem, seja um barzinho, hotel, restaurante e atrações turísticas. Essa fonte digital permite que os turistas encontrem comentários de outras pessoas, falando o que acharam do local visitado, pontos positivos e negativos, e assim, decidindo se quer ou não conhecer o mesmo destino.

²³Disponível em

<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos%20Tur%C3%ADsticos%20Inteligentes.pdf> Acesso em 30/09/2017

Dessa forma, o Trip Advisor acaba sendo um meio digital onde é possível acessar viagens e que fornecem algumas informações e opiniões de conteúdos relacionados com o Turismo. Por isso, é importante que a reputação online de cada empresa mantenha-se positiva.

Por reputação online compreendem-se as informações de determinada empresa que são espalhadas na internet, isso pode trazer benefícios, se as informações forem bem administradas, ou não.

De acordo com o portal Kite Digital²⁴ os consumidores hoje procuram informações na internet antes de fechar qualquer negócio. O consumidor contemporâneo recorre a opiniões de outras pessoas, como citadas acima, redes sociais, vídeos, etc. Por isso, é importante cuidar da imagem da empresa ou estabelecimento, cuidando da imagem, das informações postadas, se comprometer em solucionar algum dos problemas que vão aparecer, etc.

Dessa forma, atualmente, a referência de outras pessoas acaba interferindo na decisão do turista de escolher um destino turístico. Desperta o interesse em saber se o local é como ele imagina e se irá suprir suas necessidades. As redes sociais acabam ajudando nessa decisão também, pois é possível encontrar opiniões e imagens do destino.

E tudo isso possui significado nos dias de hoje pois o turista contemporâneo não espera apenas um serviço de ótima qualidade, ele quer ser surpreendido, viver uma experiência única e que lhe proporcione uma sensação e emoção diferente, algo inesquecível, fator este endossado por Ritchie (2010), ao afirmar que a essência do turismo é fornecer aos turistas experiências memoráveis. Como exemplo de destinos que já trabalham a experiência como atrativo, cita-se a África do Sul e Nova Zelândia.

No blog “Viagem”, do Estadão²⁵ a África do Sul é apresentada como um país que possui lugares que podem ser conhecidos a qualquer época do ano, com o intuito de oferecer experiências memoráveis, por meio de atividades como Safáris, degustação de vinho, e mergulho com tubarões. A sensação de estar perto dos animais selvagens; a oportunidade de conhecer uma vinícola no país onde é um dos maiores produtores de vinho do mundo; a adrenalina que se sente ao mergulhar com

²⁴Disponível em: <<https://kite.digital/reputacao-online-da-empresa>> Acesso em 30/09/2017

²⁵Disponível em: <<http://viagem.estadao.com.br/blogs/amanda-viaja/10-experiencias-para-viver-na-africa-do-sul>> Acesso em: 30/09/2017

os tubarões, desperta nos turistas um conjunto de emoções fazendo com que adquira experiências significativas no desempenho dessas atividades.

Em relação à Nova Zelândia, em seu portal²⁶ o país é apresentado como um dos destinos de referência do segmento de turismo de aventura, pela prática de atividades como o BungeeJump, o paraquedismo, caminhadas, atividades aquáticas e esqui. A oportunidade de saltar na Nova Zelândia e observar as paisagens é uma mistura de adrenalina e aventura, despertando nas pessoas a curiosidade em buscar por esse destino e levando consigo, experiências e conhecimentos que adquiriu durante os passeios. Por este motivo, no âmbito neozelandês, as atividades de turismo de experiência estão predominantemente vinculadas a atividades capazes de gerar adrenalina.

Alem disso, pode se observar que em ambos os destinos supracitados, a experiência pode ser apresentada de diferentes formas e, por este motivo, a lógica do turismo de experiência é fazer com que nas visitas turísticas, seja possível oferecer um produto que esteja agregado a idéia de conhecer lugares ímpares, realizar atividades pouco comuns, ter acesso a sabores exóticos, culturas distintas, aprendizados variáveis e, por consequência, ter experiências memoráveis.

Num processo de evolução desta discussão do turismo de experiência, surge uma nova tendência, que vêm sendo chamado de Turismo Criativo que, de acordo com o portal Creative Tourism²⁷, é uma idéia nova de turismo onde os turistas gostam de conhecer novos lugares, culturas e buscam por novas experiências e conhecimento. Sendo assim, os produtos caracterizados como turismo criativo oferecem aos turistas atividades de co-criação, que é o principal objetivo da viagem.

Com isso, a relação do turismo de experiência com o Turismo Criativo, é a vontade de conhecer lugares que proporcionem algo diferente do que eles já viveram e que tragam experiências memoráveis. Os exemplos citados acima são destinos onde eles podem desfrutar de lugares marcantes. O turismo criativo vai além do material, onde o turista pode levar pra casa após sua viagem, trata-se de algo memorável, experiências que ele pode viver e que vai fazer com que isso se torne inesquecível.

²⁶Disponível em: <<http://www.newzealand.com/br/things-to-do>> Acesso em: 30/09/2017

²⁷Disponível em: <<http://www.creativetourismnetwork.org/about/?lang=pt-pt>> Acesso em: 30/09/2017

A concepção da experiência turística é estimular vivências e a participação em comunidades locais que geram aprendizados significativos e memoráveis. Para Soares (2001, p. 32) o,

Turismo de Experiência surge então como um reflexo dos novos anseios e buscas da sociedade pós-moderna. A sede por conhecimentos racionais dá agora lugar à busca por sensações, emoções e espiritualidade em experiências únicas. O que significa dizer que o novo turista não quer apenas contemplar belas paisagens e reconhecer suas informações gerais, mas sim, que ele agora pretende vivenciar o novo/ diferente, sentir a sutileza, interagir, se emocionar e experimentar sensações inesquecíveis.

Através da busca por novos sentimentos, nota-se que as pessoas vão em busca de valores imateriais, emocionais, com o intuito de experiências que possam agregar na sua vida.

Ademais, é percebido que a busca pelo conhecimento, experiência, aprendizagem e vivência tem se tornado algo mais atraente e de grande importância para o turista contemporâneo. De acordo com Panosso Netto (2005, p.30):

[...] o turismo é um fenômeno de experiências vividas de maneira e desejos diferentes por parte dos seres envolvidos, tanto pelos ditos turistas quanto pelos empreendedores do setor [...]. Assim, cada ser experiência de maneira diferente o viver que envolve o turismo.

Portanto, agregar valores no produto turístico é fundamental. Compartilhar vivências e experiências que marcam positivamente a vida de uma pessoa pro resto da vida, é o que parece ser um dos elementos de grande motivação de deslocamento dos fluxos turísticos contemporâneos.

Com isso, a oportunidade de trabalhar como voluntário em megaeventos como os Jogos Olímpicos Rio 2016, demonstra potencial de reconhecimento enquanto atividade correlata à produção do turismo de experiência.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

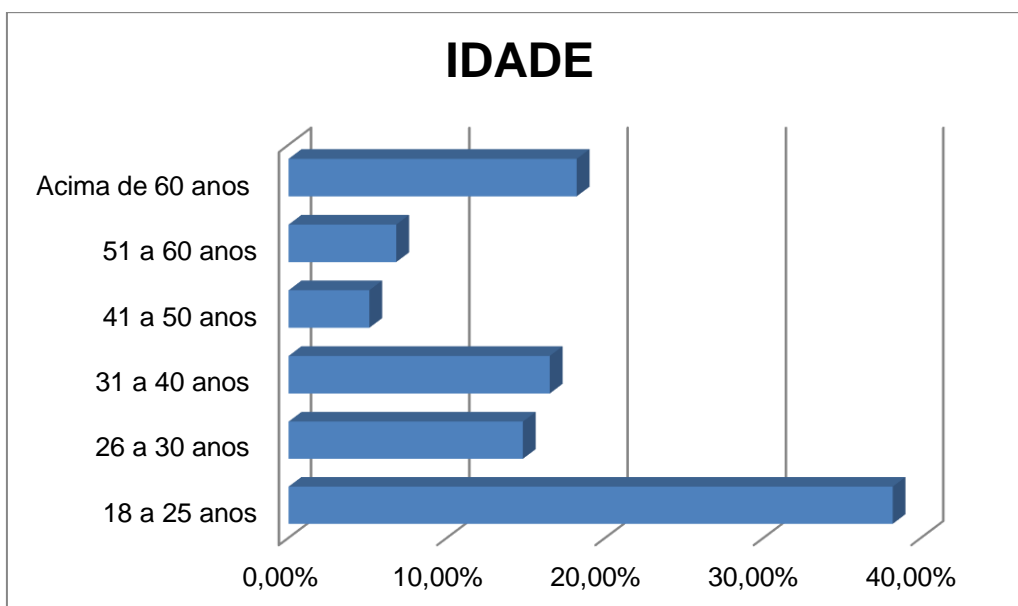
Nesta seção, têm-se como base de construção de texto os dados coletados no questionário aplicado, cujos resultados serão apresentados e discutidos mediante a análise de dados. Os resultados do questionário serão exibidos por gráficos que foram gerados a partir do trato estatístico gerado pela plataforma Google Forms.

Foram apresentadas questões onde o voluntário responde suas informações pessoais e responde sobre suas experiências e conhecimento que obteve participando das Olimpíadas e Paraolímpicas Rio16.

4.1 Caracterização do perfil do voluntário Rio 2016

Na primeira questão (Gráfico 01), percebe-se que 38,2% dos voluntários, têm idade entre 18 a 25 anos, caracterizando a geração millennials / geração Y. Essa geração busca por novos desafios e é mais propensas em aceitar oportunidades como essa, valorizando assim toda a experiência adquirida.

Gráfico 01 – Idade dos respondentes



Pesquisa Direta (2017)

A maioria das pessoas que participaram desse evento acaba sendo 61,7% de mulheres. Um estudo realizado em 2004 pela empresa de consultoria Ipsos Marplan para o Portal do Voluntário desenhou o perfil do voluntário brasileiro. Segundo os resultados, 53% das pessoas que realizam esta atividade são mulheres. (INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO INVESTIMENTO SOCIAL, 2011).

Em relação à origem dos entrevistados, nota-se a colaboração de voluntários de vários lugares do país e do mundo, mostrando a cada questão respondida, as experiências adquiridas durante a participação nas Olimpíadas e Paraolímpadas

Rio16. No quadro 03, apresenta-se a distribuição geográfica dos participantes da pesquisa:

| Estados | | Países |
|------------------|----------------|----------|
| Distrito Federal | Rio de Janeiro | EUA |
| Goiás | São Paulo | Russia |
| Mato Grosso | Paraíba | Malaysia |
| Minas Gerais | Amapá | Servia |
| Pará | Amazonas | Egito |
| Paraná | R.G. do Norte | |
| Pernambuco | Tocantins | |
| Piauí | R.G. do Sul | |

Quadro 03 – Distribuição Geográfica dos respondentes

Pesquisa Direta (2017)

A maioria das respostas obtidas foi por brasileiros, sendo 94,8%, a totalidade de resposta de nossos conterrâneos. A oportunidade das Olimpíadas ser no Brasil, despertou o interesse dos voluntários em quererem participar, além de terem outros motivos que fizeram eles participarem, como será apresentado nas questões seguintes.

Por outro lado, não se deve desconsiderar a pequena quantidade de respondentes estrangeiros (5,2%), possivelmente justificada pela logística de compartilhamento.

Apesar de ter sido apresentada uma versão em inglês do questionário, boa parte dos compartilhamentos foi visualizada e compartilhada por brasileiros, logo, delimitando geograficamente seu alcance.

Mesmo assim, pode se verificar que, no caso dos estrangeiros, tiveram a oportunidade de participar do voluntariado de forma a combinar seu tempo com outras atividades, como conhecer um pouco da cidade do Rio de Janeiro e levar com eles as experiências adquiridas.

As figuras 01 e 02 demonstram alguns estrangeiros que participaram das Olimpíadas e Paraolimpíadas, como voluntários. Na figura dois, o estrangeiro está tomando uma cerveja e comenta: “Não diga ao meu chefe quanta diversão estou tendo na #Rio2016”.

Figura 1:A canadense Zachary Schulz, irmã da jogadora de vôlei de praia Sarah Pavan, com seu amigo, Heather Graham.

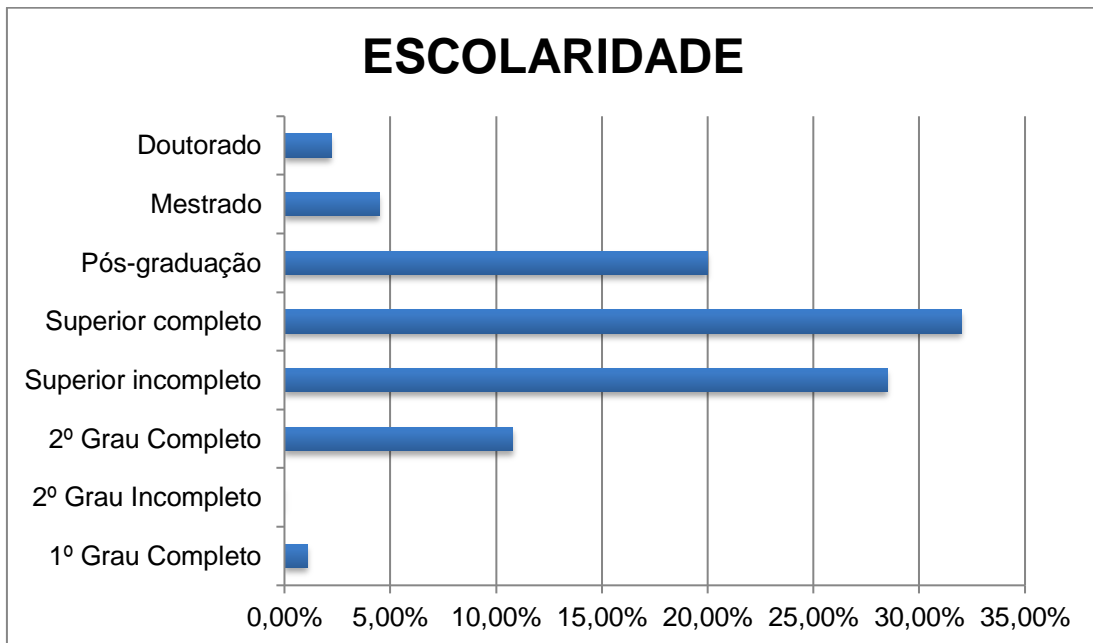


Fonte: G1

Na questão de escolaridade (Gráfico 02), 32% de voluntários possuem superior completo. Tal volume, quando comparado a faixa etária do maior grupo de entrevistados, faz crer que, a geração Y possui um acesso mais democrático ao

ensino superior, corroborando com pesquisa desenvolvida pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, a qual aponta que dos jovens Y, 20% contam com ensino superior completo e 23% contam com pós-graduação.

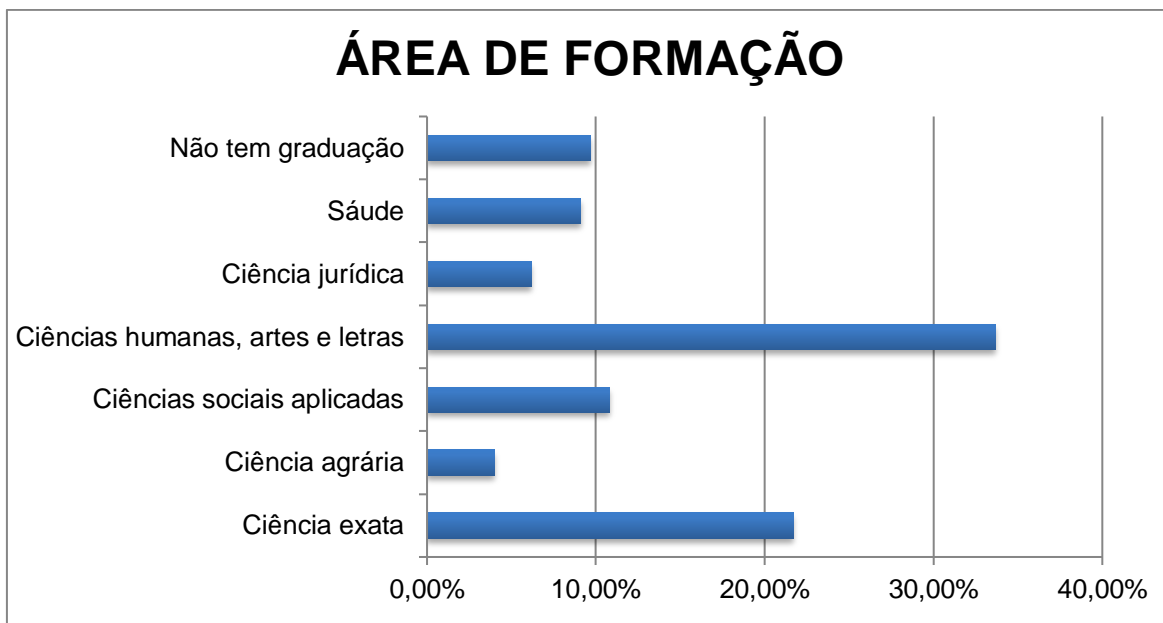
Gráfico 02 – Escolaridade dos respondentes



Pesquisa Direta (2017)

Com isso, se dá o resultado dos cursos mais selecionados dos voluntários. Ciências humanas acabam ganhando destaque nessa questão, 33,7%, como observado no gráfico 03:

Gráfico 03 – Área de formação dos respondentes



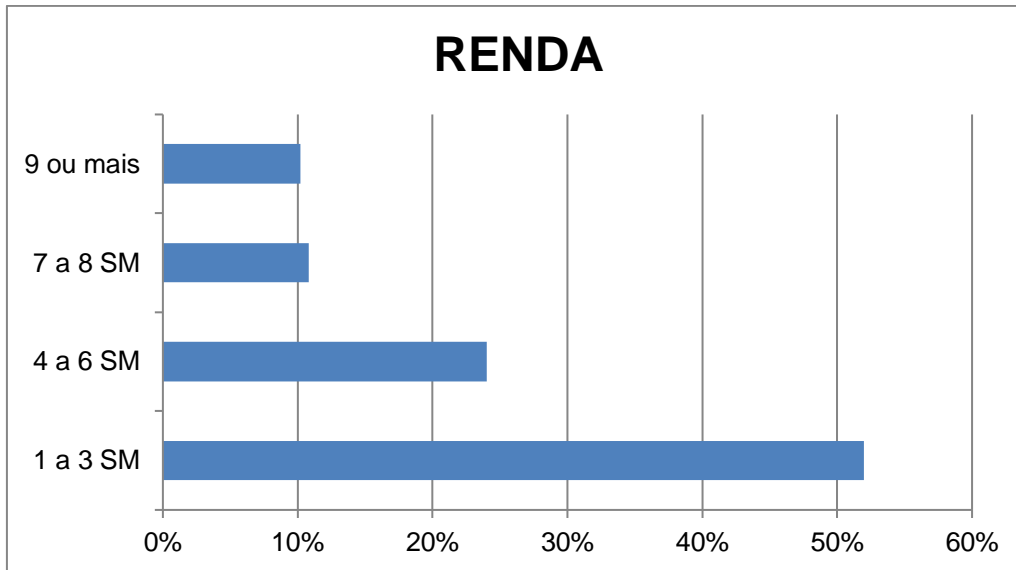
Pesquisa Direta (2017)

Por ser as ciências humanas uma área com cursos diretamente relacionados ao atendimento ao público, pode ser este um dos motivos que justifica o maior volume deste profissional em querer fazer parte como voluntário.

A oportunidade de conhecer e interagir com pessoas de outras cidades, mostrando hospitalidade, acaba atraindo pessoas dessa área para esse tipo de trabalho.

Quanto à renda, observa-se no gráfico 04 que o maior volume é compatível aos rendimentos de um jovem recém-formado.

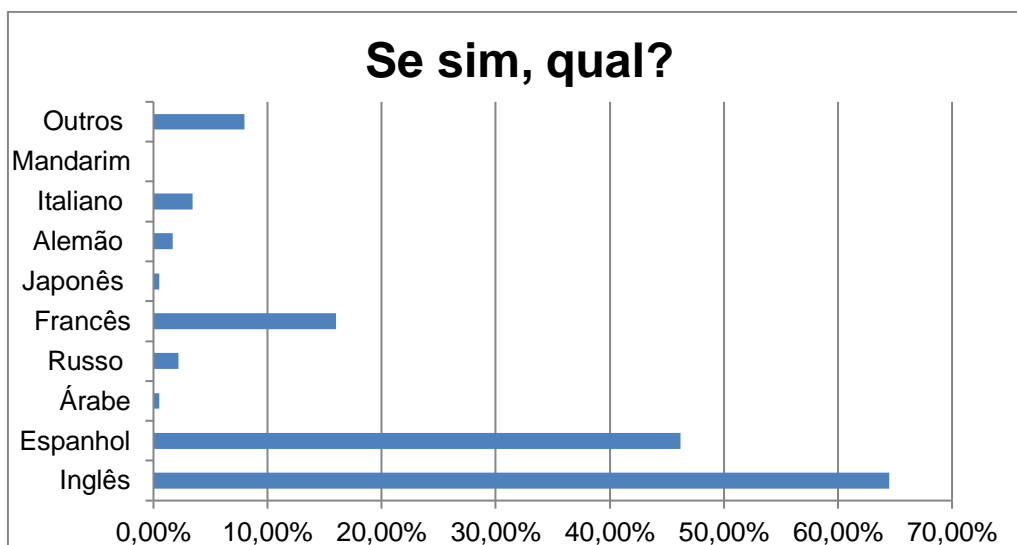
Gráfico 04 – Renda dos respondentes



Pesquisa Direta (2017)

Na questão do idioma, foi questionado se eles falavam outra língua além do português, e 71,4% afirmaram que sim e comentaram os idiomas que conhecem e falam como mostra o gráfico 05.

Gráfico 05 – Idioma que os respondentes conhecem



Pesquisa Direta (2017)

Como observado, o idioma mais falado é o Inglês, com 64,5%, e o menos falado é o Mandarim com 0% e o Japonês com 0,5%.

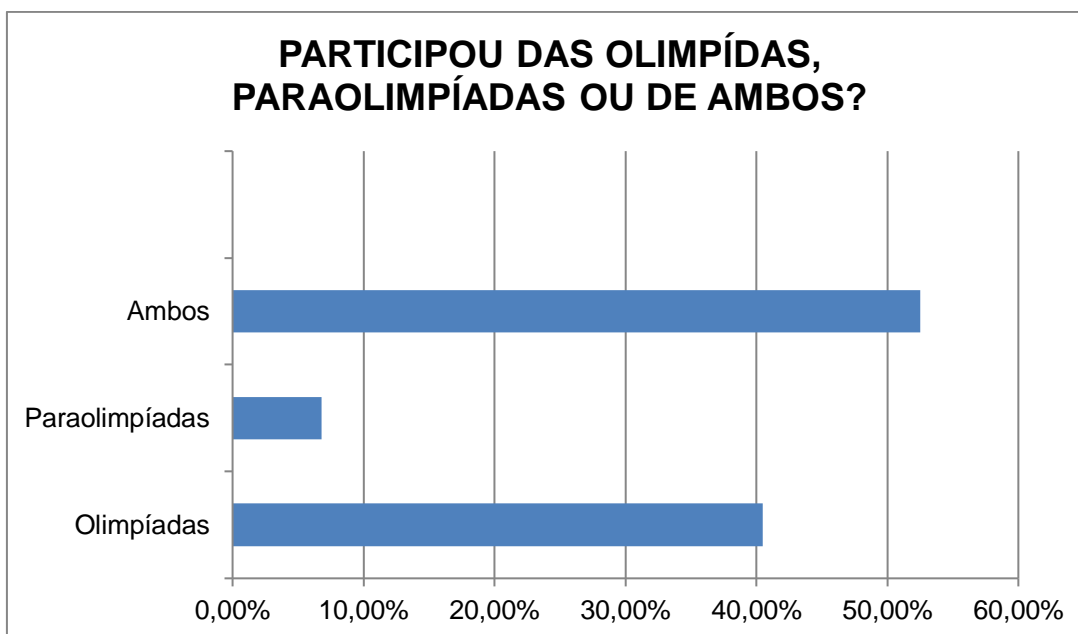
A importância de língua estrangeira é algo de diferencial no currículo e na vida de qualquer pessoa. A língua estrangeira é essencial para quem participa em eventos com público de todos os cantos do mundo.

Ter o domínio de uma língua estrangeira acaba trazendo benefícios para sua vida profissional. Para trabalhar nas Olimpíadas, por exemplo, não era requisito saber outro idioma além do seu, mas ajudaria muito dependendo da área que iria desempenhar o trabalho.

E novamente, a geração Y acaba sendo um exemplo, pois os jovens têm mais interesse e facilidade em querer aprender uma língua nova do que pessoas com mais idade. Eles se destacam pela facilidade de aprender e querer fazer que com isso eles se destaquem no ambiente de trabalho. Buscam por novas experiências e aprendizados.

Além de trabalhar nas Olimpíadas, vários voluntários participaram também as Paraolimpíadas, tendo uma visão e conhecimento totalmente diferente das Olimpíadas.

Gráfico 06 – Participação dos respondentes nas Olimpíadas, Paraolimpíadas ou ambos



Pesquisa Direta (2017)

No gráfico acima, mostra o interesse das pessoas em fazer parte de dois eventos. De acordo com o portal G1²⁸, eles mostram o interesse das pessoas em fazer parte das Paraolimpíadas, na vontade de querer ajudar o próximo e mostrar que mesmo com alguma deficiência, é possível ser voluntário e ter momentos inesquecíveis.

A grande oportunidade de fazer parte de um evento como esse e o interesse das pessoas, acaba sendo algo grandioso. De acordo com a pesquisa realizada, 54,2% trabalharam pela primeira vez como voluntários, e 93,1% afirmaram que trabalhariam novamente. Os outros 45,7% responderam que não foi a primeira vez que trabalharam como voluntários, sendo 28% afirmaram que trabalharam em outro evento, 16,5% em megaeventos, 15,4% na Copa do Mundo e em outros Jogos Olímpicos 1,7%.

Nota-se que o ano em que mais se destacou com a participação desses voluntários foi entre 2013 – 2015, com 28,5% e 2015-2017 com 28%, portanto experiências recentes.

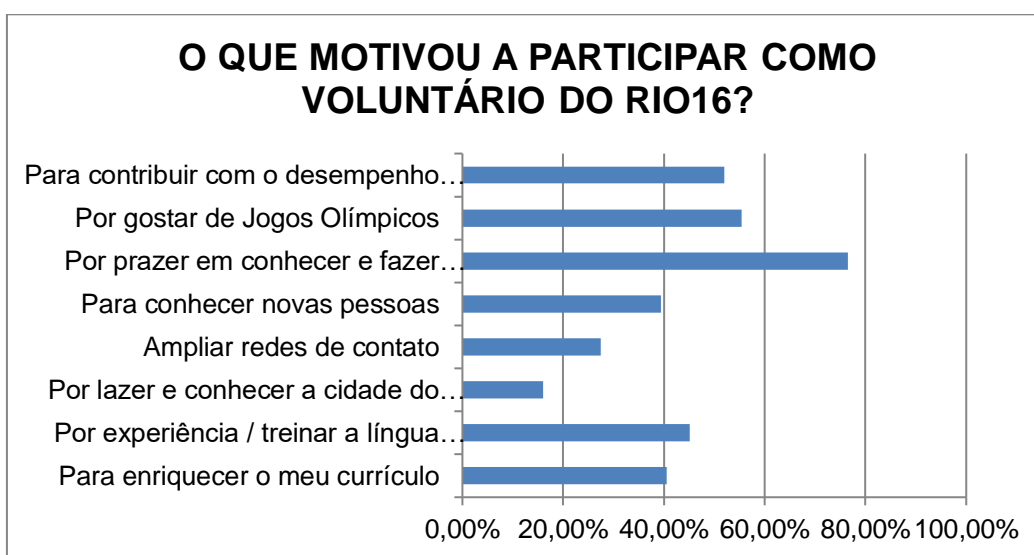
Com essas informações, pode-se dizer que os perfis desses voluntários são: participativos, motivador, cooperativos. Participativos por buscar por novas atividades no meio do trabalho, motivação seria a palavra fundamental para ser um voluntário,

²⁸Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/paralimpiadas/noticia/2016/09/paralimpiada-do-rio-conta-com-278-voluntarios-com-alguma-deficiencia.html>> Acesso em: 07/10/17

dando uma atenção redobrada às expectativas e necessidades do voluntário e cooperativo, aquele que é capaz de trabalhar em equipe e ajudando no desenvolvimento do trabalho realizado.

Devido a isso, o motivo dos voluntários terem interesse em participar das Olimpíadas, o gráfico 07 mostra que 76,5% seriam por prazer em conhecer e fazer parte de um evento como esse e 55,4% por gostar dos Jogos Olímpicos.

Gráfico 07 – Motivação dos respondentes para participar como voluntário



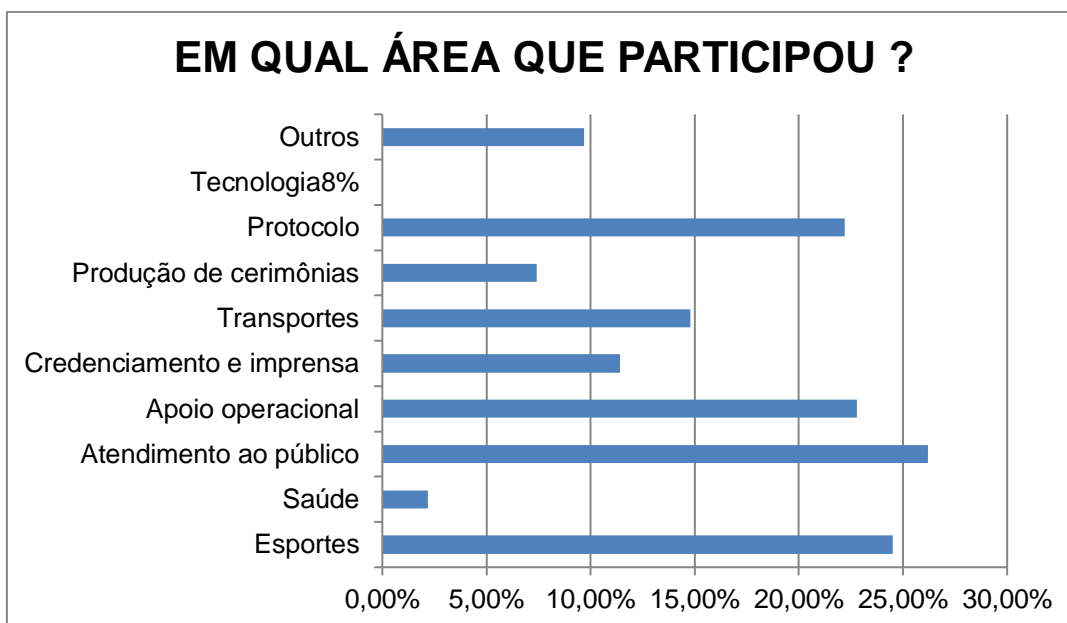
Pesquisa Direta (2017)

Apesar de essas terem sido as mais respondidas, as outras opções acabam tendo sua importância também. Um dos motivos dessas pessoas terem se candidatado para esse tipo de trabalho, acaba sendo a experiência que eles adquirem durante esse período, com 45,1% das respostas.

A busca por novas experiências acaba atraindo pessoas para esse tipo de trabalho voluntário. Como é possível observar no gráfico, é impossível você fazer parte de um evento como esse e não sair com uma gama de conhecimento e experiências memoráveis.

Nota-se no gráfico 08, que a área com mais voluntários participaram foi no atendimento ao público, com 26,2%. A importância da hospitalidade em um evento é essencial.

Gráfico 08 – Área de participação dos respondentes



Pesquisa Direta (2017)

O voluntário como consumidor investe tempo, recursos financeiros e trabalho para contribuir para o desenvolvimento de determinado evento, ou seja, as Olimpíadas. Com isso, a recompensa por todo esse investimento é a experiência adquirida. A seguir, foi analisado o meio de transporte mais utilizado, meio de hospedagem, se realizou alguma atividade de lazer e qual.

Com base nas respostas obtidas, o meio de transporte mais utilizado durante a realização das Olimpíadas pelos voluntários, foi o ônibus, com 78,8%, representado, dentre outros, pelo VLT E BRT, modais implantados para facilitar a mobilidade urbana, nos jogos, mas ficando como legado para a cidade do Rio de Janeiro.

Em relação ao meio de hospedagem, casa de amigos foi o mais citado, com 29,7%. Observa-se que os voluntários buscaram pela praticidade e por opções mais econômicas, características de atividades de voluntariado

Durante os horários livres, 78,8% afirmaram que realizaram atividade de lazer na cidade do Rio de Janeiro. Um dos lugares mais visitados foi a praia, com 57,2%, por ser um local de tranquilidade e referência na cidade do Rio. Em segundo lugar, o shopping com 35,4% possivelmente por ser um lugar onde se encontram lojas, alimentação, cinemas, portanto mais cômodo para resoluções em geral. Em terceiro, com 29,4%, foi viajar para outro estado.

Foi questionado se eles observaram se houve desistência de outros participantes, e 65,1% responderam que sim. 97,1% dos voluntários cumpriram todo

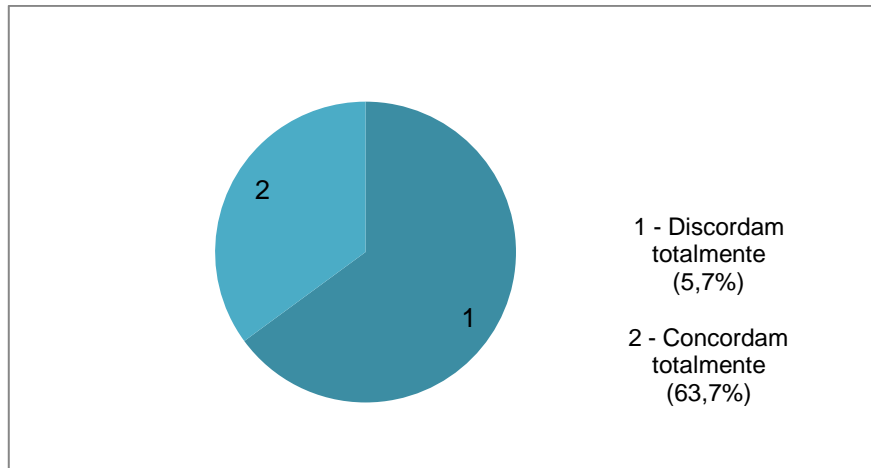
o período previsto e 96,5% tiveram a oportunidade de assistir alguma das modalidades apresentadas.

4.2 Percepção da experiência do voluntariado nos Jogos Rio 2016

A análise apresentada partir deste ponto refere-se aos resultados oriundos da escala Lickert. As afirmações da escala foram feitas de forma a mensurar a experiência, qualitativamente, a partir da variação de 5 graus (discordo totalmente, discordo parcialmente, concordo totalmente, concordo parcialmente, nem concordo nem discordo) proposta para esta análise e, no intuito de tornar a discussão mais clara, apresenta-se, em volume de porcentagem nos gráficos abaixo, o grau da maior e menor variação, respectivamente, de cada uma das 11 afirmações dispostas ao respondente.

Na primeira afirmação - *o contato com diferentes culturas foi motivador a minha participação como voluntário rio 2016* - 5,7% discordam totalmente, enquanto 63,4% dizem concordar totalmente.

Gráfico 09 - O contato com diferentes culturas foi motivador a minha participação como voluntário rio 2016

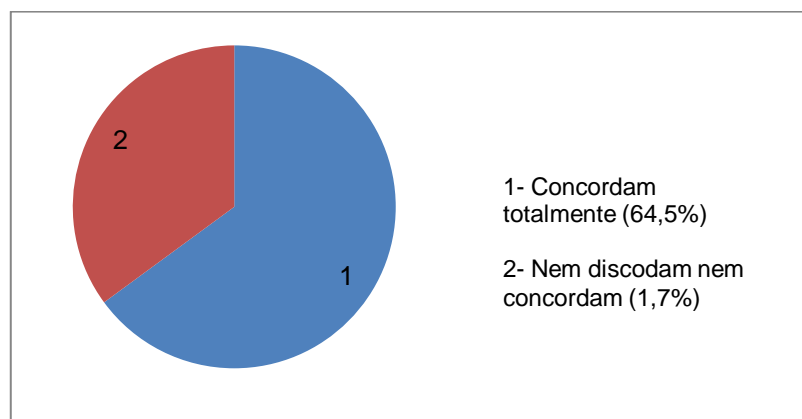


Pesquisa Direta (2017)

Desta maneira, pode se considerar que a atividade de voluntariado tem, dentre seu fator motivador, a possibilidade de se aproximar de pessoas de origens distintas a minha. No âmbito do turismo, o uso da cultura é apresentado em segmentos como o turismo cultural e suas multidiversidades, tal qual o turismo étnico, ou seja, aquele que proporciona o contato com outras culturas.

Na afirmação *O fato de ter sido no Brasil, aumentou o interesse em querer participar*, 64,5% concordam totalmente, enquanto 1,7% nem discordam nem concordam.

Gráfico 10 - O fato de ter sido no Brasil, aumentou o interesse em querer participar

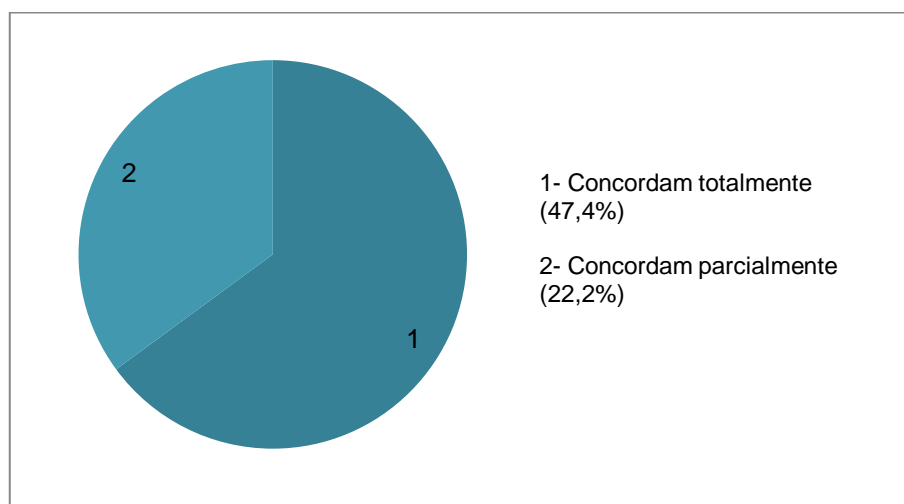


Pesquisa Direta (2017)

De acordo com o site Panrotas²⁹, os destinos brasileiros são mais procurados durante os meses de junho a setembro. A procura é alta devido ao verão europeu, e o destino de maior interesse é o Rio de Janeiro. Desse modo, o interesse em querer participar das Olimpíadas acabou despertando um grande interesse, tanto em brasileiros como nos estrangeiros.

Na afirmação: *A minha candidatura como voluntário se deu através da possibilidade de adquirir conhecimento e a oportunidade de conhecer novos lugares e culturas*, 47,4% concordam totalmente e 22,2% concordam parcialmente.

Gráfico 11- A minha candidatura como voluntário se deu através da possibilidade de adquirir conhecimento e a oportunidade de conhecer novos lugares e culturas



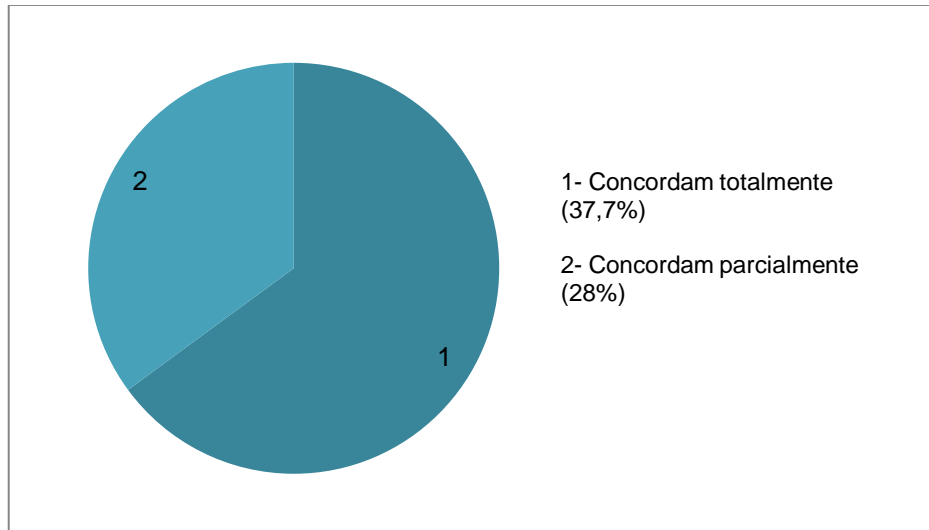
Pesquisa Direta (2017)

Dessa forma, podemos analisar que a candidatura como voluntário se deu através da oportunidade de adquirir conhecimentos e culturas. Através da pirâmide de Maslow, podemos analisar que o voluntário está no nível de necessidades de status e estima, no sentido de reconhecer sua própria capacidade e de ser reconhecido por outras pessoas; se orgulhar de si mesma. E na autorrealização, onde o voluntário consegue aproveitar e ver o quanto ele ajudou no desenvolvimento do evento e se orgulhar disso.

²⁹Disponível em: < http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/pesquisas-e-estatisticas/2017/09/veja-destinos-mais-pesquisados-por-brasileiros-por-estacao_149349.html > Acesso em: 07/10/2017

Se O treinamento para fazer parte desse trabalho foi satisfatório, 37,7% concordam totalmente e 28% concordam parcialmente.

Gráfico 12- O treinamento para fazer parte desse trabalho foi satisfatório

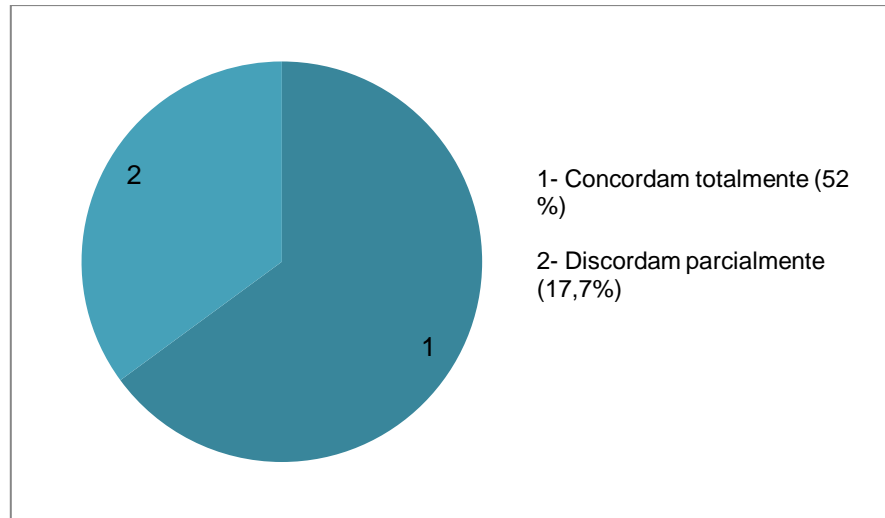


Pesquisa Direta (2017)

Diante disso, competência e habilidade são fundamentais nessa questão. Tomar decisões, saber liderar e resolver conflitos, são características essenciais de um voluntário. Diante de um megaevento como este, é importante saber tomar frente caso algo aconteça, é ter habilidades para resolver o problema. No treinamento, é importante saber executar uma tarefa que foi designada. Saber liderar e saber as características do trabalho que vai fazer acaba sendo ao vantajoso na hora de realizar o trabalho na área.

Em relação ao *meio de hospedagem que utilizou supriu suas necessidades*, 52% concordaram totalmente e 17,7% discordaram parcialmente.

Gráfico 13- O meio de hospedagem que utilizou supriu suas necessidades

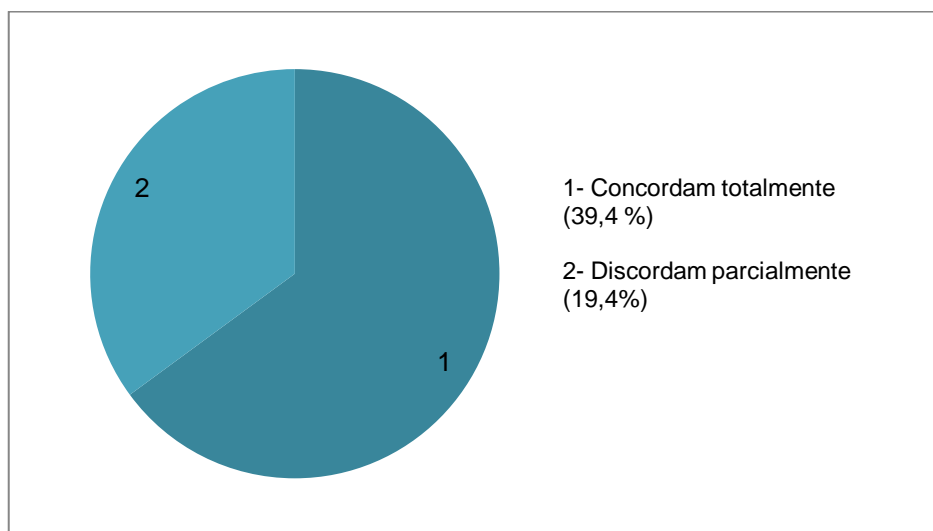


Pesquisa Direta (2017)

O meio de hospedagem mais procurado por eles foi casa de amigos, onde eles economizam e podem aproveitar visitando os destinos turísticos do local.

O acesso até o parque Olímpico foi bem aproveitado e de fácil localização, 39,4% concordaram totalmente e 19,4% discordaram parcialmente.

Gráfico 14- O acesso até o parque Olímpico foi bem aproveitado e de fácil localização



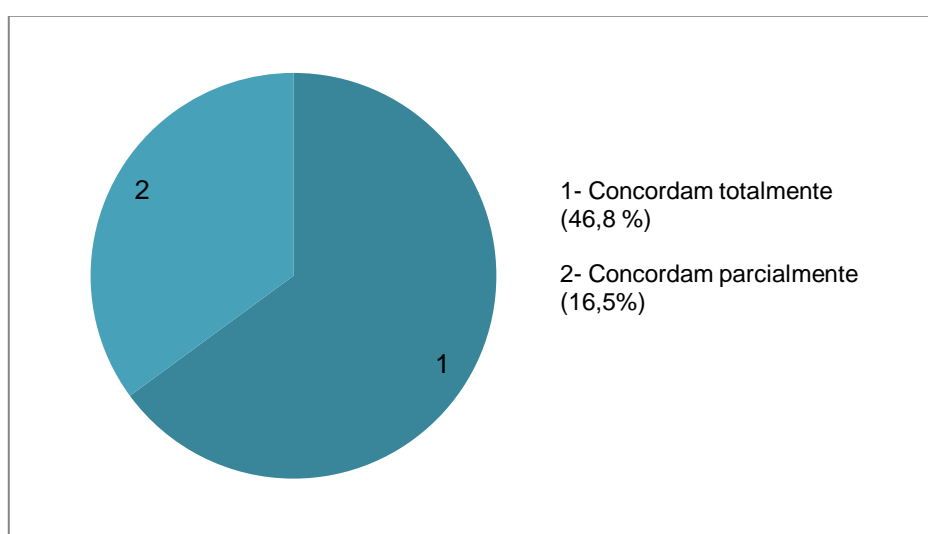
Pesquisa Direta (2017)

Com isso, o acesso até o parque Olímpico foi de fácil acesso, com a ajuda dos transportes públicos, VLT e BRT, ajudando na mobilidade dos voluntários. Ademais,

como já citado anteriormente, um dos legados dos jogos Rio 2016, aparentemente deixado em boas condições para a população.

Na afirmação, *as atividades de lazer realizadas em horários livres foram satisfatórias e com uma experiência única em conhecer lugares diferentes*, 46,8% concordam totalmente e 16,5% concordam parcialmente.

Gráfico 15- As atividades de lazer realizadas em horários livres foram satisfatórias e com uma experiência única em conhecer lugares diferentes

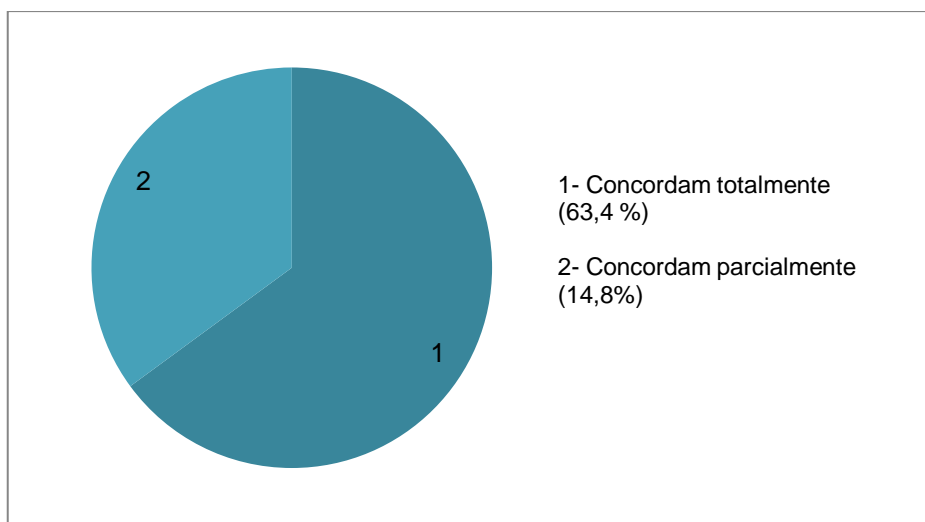


Pesquisa Direta (2017)

Podemos considerar o Brasil e o Rio de Janeiro como um espaço para práticas de atividades significativas, proporcionando experiências para quem visita. Os destinos escolhidos tendem a oferecer atividades diferentes do que estão acostumados a fazer, saindo da rotina, e fazendo com que eles se sintam satisfeitos e proporcionando experiência e conhecimento.

Na afirmação, *minha participação em um evento como este foi satisfatória, aprendi várias coisas e adquiri muita experiência em conhecer novas pessoas e culturas*, 63,4% concordaram totalmente e 14,8% concordaram parcialmente.

Gráfico 16- Minha participação em um evento como este foi satisfatória, aprendi várias coisas e adquiri muita experiência em conhecer novas pessoas e culturas

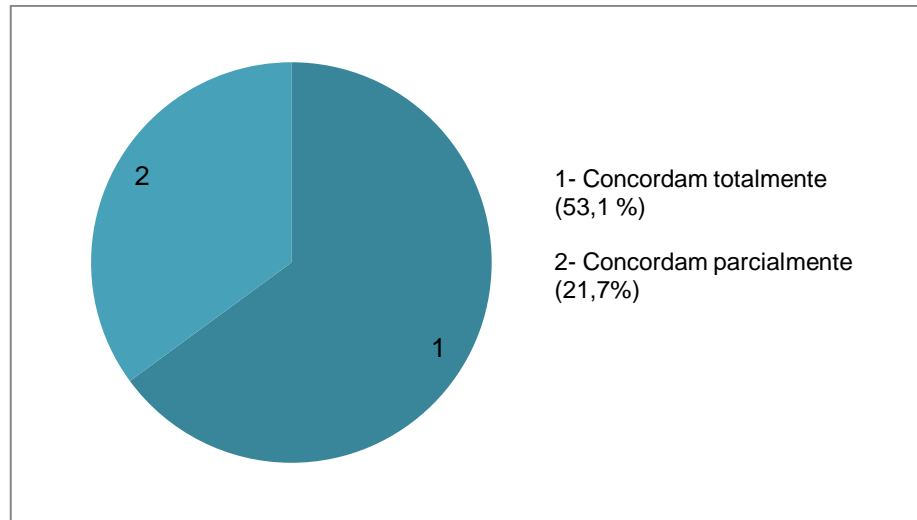


Pesquisa Direta (2017)

Dessa forma, como foi citada na questão acima, a autorrealização é algo motivador, que conduz a pessoa realizar algo com todo o seu potencial, se sentindo satisfeito no final. Isso é algo de grande importância e significado para o voluntário, pois mostra o quanto ele se esforçou, mostrou interesse e ganhou experiências em fazer parte do evento, além de conhecer novas pessoas e culturas diferentes, aumentando mais o seu conhecimento.

Na afirmação: *Senti que com o meu envolvimento enquanto voluntário contribuiu para o sucesso dos Jogos Rio16*, 53,1% concordaram totalmente, e 21,7% concordaram parcialmente.

Gráfico 17- Senti que com o meu envolvimento enquanto voluntário contribuiu para o sucesso dos Jogos Rio16

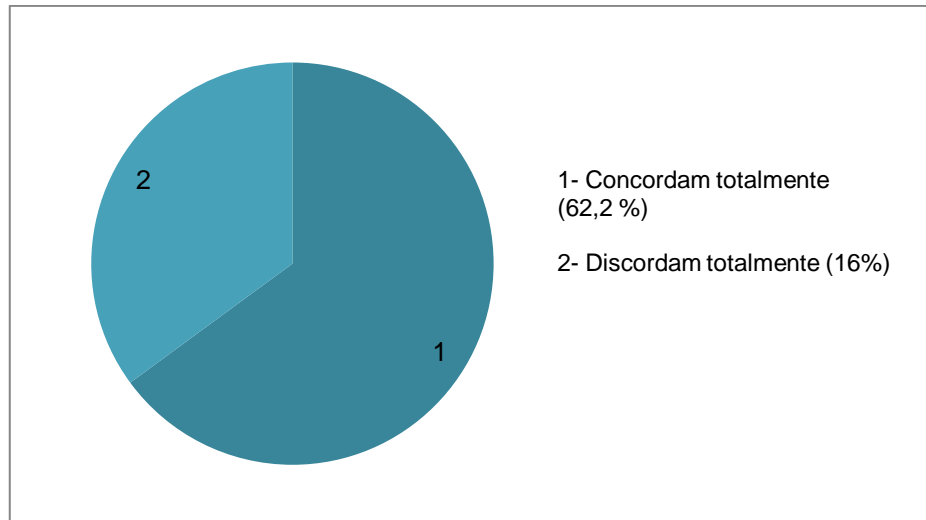


Pesquisa Direta (2017)

De acordo com essa afirmação, cabe a ser uma característica da geração Y, pois eles buscam por conhecimento, inovação e buscam por novos desafios e lugares onde se sentem motivados a fazer o seu melhor. Ademais, fazer de uma atividade turística uma experiência positiva, faz com que haja uma justificativa a mais para compreender o voluntariado inserido na realidade do turismo de experiência.

Sobre o *Fiquei satisfeito com o meu desempenho na realização das tarefas que me atribuíram*, 62,2% concordaram totalmente e 16% discordaram totalmente.

Gráfico 18- Fiquei satisfeito com o meu desempenho na realização das tarefas que me atribuíram

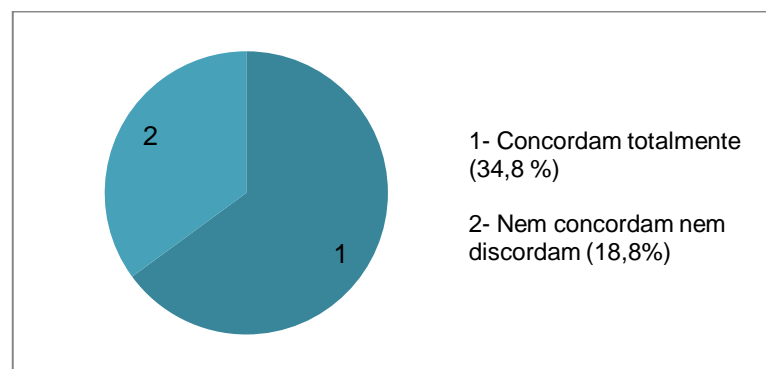


Pesquisa Direta (2017)

Com isso, a motivação e realizar atividades diferentes, acabam despertando no voluntário a curiosidade de o interesse em querer dar o seu melhor. Apesar de 16% estar insatisfeito, há um volume considerável de pessoas que analisa sua co-participação como algo importante e significativo.

E por fim, *tive a oportunidade de aprender alguns idiomas, com as pessoas de outros países presentes*, 34,8% concordam totalmente e 18,8% nem concordam nem discordam.

Gráfico 19- Tive a oportunidade de aprender alguns idiomas, com as pessoas de outros países presentes



Pesquisa Direta (2017)

O interesse em fazer parte de um evento como esse, com uma diversidade de pessoas, acaba sendo uma vantagem. Como foi mostrado no começo do questionário,

a maioria dos voluntários sabem o inglês e tiveram a oportunidade de conhecer pessoas que falam outras línguas, despertando o interesse em querer aprender. Mais uma vez, se observa a experiência (neste caso, do aprendizado), presente nas atividades de voluntariado em megaeventos.

Ainda na consideração da faixa etária de maior frequência entre os respondentes desta pesquisa, pode se dizer que a expressiva presença da geração Y está totalmente ligada a busca de novas vivências culturais, conhecimentos, desafios.

Sendo assim, o voluntariado em megaeventos como os Jogos Olímpicos é propício ao exercício de experiências memoráveis e, por consequência, um dos principais fatores de motivação à candidatura como voluntário é a possibilidade de adquirir estas multivivências, as quais caracterizam a prática do turismo de experiência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise da experiência dos voluntários nas Olimpíadas e Paraolimpíadas Rio 2016. Com base na pesquisa bibliográfica, com o questionário aplicado para os voluntários, foi possível compreender que as experiências vivenciadas foram satisfatórias e positivas, dando a possibilidade de trabalhar com pessoas de outros estados e países, adquirindo conhecimentos e aprendizados.

Pode se constatar que, em sua maioria, a motivação dos voluntários se deu através da capacidade de ganhar habilidades, conhecimento e aptidões pessoais que possam ser aproveitadas na vida pessoal, como o interesse em querer desenvolver uma língua estrangeira. Outra motivação para querer participar e realizar o trabalho voluntário foi a possibilidade de trabalhar com pessoas de outros estados e países, a troca de experiências e por ser na cidade do Rio de Janeiro.

Em relação ao perfil dos voluntários, percebeu-se uma maior frequência de jovens, inseridos na geração conhecida como Y / Millennials. Quanto à origem, verifica-se a participação de voluntários das Américas, Ásia, África e Europa.

Ao analisar o turista como consumidor, percebe-se o interesse em conhecer os destinos turísticos da cidade, assim como formas de tornar a viagem mais barata, optando por alternativas, como no caso de hospedagem, com um volume considerável de pessoas que optaram por casa de amigos e parentes.

Percebeu-se que os voluntários ficaram satisfeitos com a participação nas Olimpíadas e a oportunidade de conhecer várias culturas e pessoas. Em relação às tarefas desempenhas por cada um, foi, em sua maioria, satisfatória, pois tiveram a possibilidade de desempenhar um trabalho novo e aumentar as redes de contato.

De acordo com o questionário e com as pesquisas bibliográficas, conclui-se que os voluntários buscam por novas motivações e a procura por experiências únicas, aumentando cada vez mais o interesse de fazer parte de um trabalho como esse.

O trabalho voluntário acaba sendo algo de grande importância para o desenvolvimento de um megaevento ou evento, na possibilidade de ajudar o próximo, conhecer e aprender com novas culturas e para contribuir para o desenvolvimento do evento.

Com isso, as experiências adquiridas pelos voluntários acabam sendo memoráveis e de grande importância para que interesse em querer participar de

outros eventos. Neste sentido, o voluntariado pode ser considerado uma forma de exercício do turismo de experiência.

Acredita-se, com isso, que os objetivos da pesquisa foram atingidos. Ademais, essa pesquisa contribuiu na formação de turismóloga para ter um conhecimento mais aprofundado sobre o trabalho voluntário e sua importância no âmbito do turismo, buscando sempre por novas perspectivas e conhecimentos.

As próximas pesquisas nessa temática podem aprofundar as relações de voluntariado com o turismo de experiência e o turismo criativo, assim como detectar oportunidades empreendedoras na oferta de produtos de voluntariado, tanto emissor, quanto receptor.

REFERÊNCIAS

ALBERINI, Bruno. **Turismo & Sociedade (ISSN: 1983-5442). Curitiba, v. 7, n.1, p. 64-76, janeiro de 2014. Dossiê sobre Megaeventos. Megaeventos: uma estratégia de atração turística?** 2014. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/37138/22888>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

AMANDA. **10 experiências para viver na África do Sul.** 2017. Disponível em: <<http://viagem.estadao.com.br/blogs/amanda-viaja/10-experiencias-para-viver-na-africa-do-sul/>>. Acesso em: 30 set. 2017.

AMPOS, Anderson Gurgel. **Megaeventos Esportivos e “O Gigante Que Acordou” Geração e Circulação de Imagens de Protesto nos Ambientes Midiáticos do Esporte durante a Copa das Confederações de Junho de 2013.** 2013. Disponível em: <http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2013/comunicon_2013/gts/gttres/GT03_GURGEL.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2017.

BARBOSA, Fabrício Silva; SCAVARDA, Annibal José. **UM MODELO CONCEITUAL DE MEGAEVENTOS MUSICAIS.** 2015. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao2/8.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2016.

BRAGA, Gustavo Henrique. **Viajantes oferecem mão de obra em troca de descontos e experiências.** 2015. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5144-viajantes-oferecem-mao-de-obra-em-troca-de-descontos-e-experiencias.html>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

BRASIL, Bbc. **Veja como as Olimpíadas de 1992 mudaram a cara de Barcelona:** BBC visitou a cidade apontada como exemplo de legado urbanístico positivo dos Jogos Olímpicos.. 2012. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,veja-como-as-olimpiadas-de-1992-mudaram-a-cara-de-barcelona,864345>>. Acesso em: 07 jul. 2017

CARDOSO, Salmeron. **Quais os benefícios das Olimpíadas de 2016 para o setor de turismo?** Disponível em: <<https://ceabbrasil.com.br/blog/beneficios-das-olimpiadas-de-2016-para-o-setor-de-turismo/>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

CARVALHO, João Henrique Dourado de. **A PUBLICIDADE NAS REDES SOCIAIS E A GERAÇÃO Y: A EMERGÊNCIA DE NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT2_Art8_Joao.pdf>. Acesso em: 22 jun. 2017.

CORREIA, Alexandra; MONTEZ, Rita; SILVA, Gonçalo Rosa da. **Millennials: A geração que vem revolucionar o capitalismo.** Disponível em: <<http://visao.sapo.pt/actualidade/sociedade/2016-09-23-Millennials-A-geracao-que-vem-revolucionar-o-capitalismo>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

COLABORATIVO, Consumo. **Hospedagem Colaborativa, Turismo Colaborativo e as novas tendências no Turismo.** Disponível em:

<<http://consumocolaborativo.cc/hospedagem-colaborativa-turismo-colaborativo-e-as-novas-tendencias-no-turismo/>>. Acesso em: 14 jul. 2017.

COUTO, Ana Cláudia; RIBEIRO, Sheylazarth Presciliana; SCOPEL, Allana Joyce Soares. **VOLUNTARIADO E MEGAEVENTOS: APROXIMAÇÕES POSSÍVEIS**. Disponível em: <<https://seer.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/1879>>. Acesso em: 18 jul. 2017.

CRFRJ. **Voluntários: os heróis dos Jogos Rio 2016**. Disponível em: <<http://crf-rj.org.br/noticias/notas-e-comunicados/690-voluntarios-os-herois-dos-jogos-rio-2016.html#>>. Acesso em: 30 out. 2017.

CURI, Martin. **A disputa pelo legado em megaeventos esportivos no Brasil**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832013000200003>. Acesso em: 26 nov. 2016.

DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. p. 33-45.

DANTAS, Tiago. **Como é escolhida a cidade-sede dos Jogos Olímpicos?** Disponível em: <<http://educacaofisica.seed.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=97&tit=hrefhttpeducacaofisica.seed.pr.gov.brmodulesnoticiasarticle.phpstoryid97Como-e-escolhida-a-cidade-sede-dos-Jogos-Olimpicosa>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

DIOGO, Olavo Alves. **DESAFIOS DO SETOR HOTELEIRO DO RIO DE JANEIRO PARA A COPA DE 2014 E OLIMPÍADAS DE 2016**. Disponível em: <<http://unicnecosorio.cnec.br/wp-content/uploads/sites/52/2015/10/DESAFIOS-DO-SETOR-HOTELEIRO-DO-RIO-DE-JANEIRO-PARA-A-COPA.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

DIGITAL, Kite. **REPUTAÇÃO ONLINE DA EMPRESA: ENTENDA A IMPORTÂNCIA E COMO CONSTRUI-LA**. 2017. Disponível em: <[://kite.digital/reputacao-online-da-empresa](http://kite.digital/reputacao-online-da-empresa)>. Acesso em: 30 set. 2017.

EDUCAÇÃO, Secretária da. **Como é escolhida a cidade-sede dos Jogos Olímpicos?** Disponível em: <<http://www.educacaofisica.seed.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=97>>. Acesso em: 30 out. 2017.

FERREIRA, Marisa; PROENÇA, Teresa; PROENÇA, João F.. **As motivações no trabalho voluntário**. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/rpbg/v7n3/v7n3a06.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

FERNANDES, Fernando; FERNANDES, Agnes. **Megaeventos Desportivos e Renovação Urbana como Fatores de Indução ao Desenvolvimento Turístico**. In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA UNIBAN, 1., 2008, São Bernardo do Campo. São Bernardo do Campo: Uniban, 2008. p. 1 - 3

FURTADO, Renato. **Voluntariado nas Olimpíadas pode nos ensinar**. Disponível em: <<http://renatofurtado.com/wp/2015/05/13/voluntariado-nas-olimpiadas-pode-nos-ensinar/>>. Acesso em: 27 nov. 2016.

FRANCO, Luiza. **Voluntários da Rio-2016 recebem treino lúdico para se comportar nos Jogos**. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/05/1774020-voluntarios-da-rio-2016-recebem-treino-ludico-para-se-comportar-nos-jogos.shtml>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

GANDRA, Alana. **Rio vai receber mais de R\$ 230 bilhões em investimentos até 2016**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-04/rio-vai-receber-mais-de-r-230-bilhoes-em-investimentos-ate-2016>>. Acesso em: 22 jun. 2017.

GROPPO, Luís Antonio. ZAMARIAN, Maria Jussara. **Juventude e voluntariado: considerações sobre o novo modelo de participação social e os jovens no Brasil**. 2009. Disponível em: Acesso em: 26 jul. 2017.

HALL, C. M. **Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism**. In: HORNE, J; MANZENREITER, W. (Ed.). **Sports Mega-Events: social scientific analyses of a global phenomenon**. (Special Issue: The Sociological Review Monograph Series) V. 54, Issue Supplement s2, December 2006. p. 59-70.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

HORNE, J; MANZENREITER, W. An introduction to the sociology of sports megaevents. In: HORNE, J; MANZENREITER, W. (Ed.). **Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon**. (Special Issue: The Sociological Review Monograph Series) V. 54, Issue Supplement s2, December 2006. p. 1-24.

Jäger, U., Schmidt, K., & Beyes, T. (2007). **Leading without formal power**. Paper presented at the 6th Workshop on the Challenges of Managing the Third Sector, Venice.

INSTITUTO VALENCIANO DE TECNOLOGIAS TURÍSTICAS (INVAT.TUR). **Destinos turísticos inteligentes: manual operativo para la configuración de destino turísticos inteligentes**. Universidade de Alicante, 2015

INSTITUTO para o Desenvolvimento do Investimento Social. **Brasil adota o manual da OIT para medir o valor do trabalho voluntário**. São Paulo, 12 ago. 2011. Disponível em: <http://idis.org.br/acontece/noticias/brasil-adota-manual-da-oit-para-medir-valor-do-trabalhovoluntario>. Acesso 06/10/17

KAFLE, Liliene Cacidoni. **A internacionalização do ensino superior e o caso da Universidade Anhembi Morumbi**. Trabalho de conclusão de curso de MBA. Universidade Anhembi Morumbi (UAM), 2007.

LAGE, A.; PASTRE-ROSSI, P. **“Turismo voluntário” conquista adeptos no Brasil e pelo mundo**. Folha de São Paulo, São Paulo, 16 ago. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/equilibrio/noticias/ult263u320556.shtml>. Acesso em: 12 jul. 2017.

LEPIANI, Giancarlo. **Ser ou não ser voluntário em Copa e Olimpíada no Brasil?** Disponível em: <http://veja.abril.com.br/esporte/ser-ou-nao-ser-voluntario-em-copa-e-olimpiada-no-brasil/>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

MAKANSE, Yousra; ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **TURISMO E VOLUNTARIADO: ESTUDO SOBRE A EXPERIÊNCIA SOLIDÁRIA NO ÂMBITO DO TURISMO**. 2014. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/viewFile/1191/946>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

MATIAS, Marlene. **Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades**. 2008. Disponível em: <http://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/12934/8732>>. Acesso em: 19 jul. 2017.

MAZZI, Carolina. **Viajantes realizam trabalho voluntário em comunidades carentes em troca de experiências culturais e sociais**: Viajantes realizam trabalho voluntário em comunidades carentes em troca de experiências culturais e sociais. 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/viajantes-realizam-trabalho-voluntario-em-comunidades-carentes-em-troca-de-experiencias-culturais-sociais-17508364>>. Acesso em: 28 jul. 2017

McGEHEE, N. G.; SANTOS, C. A. Social change, discourse, and volunteer tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 3, p. 760-779, jul. 2005. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738305000599>. Acesso em: 20 jul. 2017.

MENDES, Thaís Cristine; SONAGLIO, Kerlei Enele. **VOLUNTURISMO: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL**. 2012. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/3806/2614>>. Acesso em: 09 jul. 2012

MENDEZ, Silmara Yurksaityte. **PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA E ESTRATÉGIAS DE PUBLICIDADE**. Disponível em: <http://monografias.brasilecola.uol.com.br/administracao-financas/processo-decisao-compra-estrategias-publicidade.htm>>. Acesso em: 30 set. 2017.

MENA, Isabela. **Verbete Draft: o que é Geração Y (os Millennials)**. 2016. Disponível em: <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-geracao-y/>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

MIZZIN, Fernanda. **Millennials ou Geração Y: abastecendo a economia das experiências ao vivo**. Disponível em: <https://www.eventbrite.com.br/blog/mundo-eventbrite/millennials-ou-geracao-y-abastecendo-economia-das-experiencias-ao-vivo-ds00/>>. Acesso em: 28 jul. 2017.

NACIONAL, Jornal. **Saiba se você foi selecionado para ser voluntário nos Jogos Olímpicos**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/11/saiba-se-voce-foi-selecionado-para-ser-voluntario-nos-jogos-olimpicos.html>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

NEVES, Kauana. **CI Intercâmbio e Viagem**. Disponível em: <<https://www.ci.com.br/sobre-a-ci-intercambio-e-viagem>>. Acesso em: 08 jul. 2017.

NETTO, Alexandre Panosso; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

NETTO, Alexandre Panosso; TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Cenários do turismo brasileiro**. São Paulo: Aleph, 2009. (Série Turismo).

OLIVER, Iata. **Megaeventos esportivos e relações internacionais como estratégia de atração turística**. 2012. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5810/4522>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

OLIVEIRA, Lilian de. **Voluntariado: prós e contras e como se tornar um**. Disponível em:

<<http://www.portal2014.org.br/blog/arquibancada/index.php/2010/08/04/voluntariado-pros-e-contras-e-como-se-tornar-um/>>. Acesso em: 24 nov. 2016

OLIVEIRA, Lúcia Barbosa de; COSTA, Fabio Pinaud Cerri. **Motivação, satisfação e comprometimento: um estudo sobre o trabalho voluntário em megaeventos esportivos**. 2014. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/301569941_Motivacao_satisfacao_e_com_prometimento_um_estudo_sobre_o_trabalho_voluntario_em_megaeventos_esportivos?enrichId=rgreq-142067b8e82860719b814fbced81d51b-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMwMTU2OTk0MTtBUzozNTUxMTAzNjc1ODAxNjFAMTQ2MTY3NjMxNzM1Nw==&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf>. Acesso em: 11 jul. 2017.

OLIVEIRA, Nielmar de. **Rio 2016 inaugura 1º Centro de Treinamento de Voluntários**. 2016. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-04/rio-2016-inaugura-1o-centro-de-treinamento-de-voluntarios>>. Acesso em: 17 jul. 2017.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: o nascimento de uma nova versão de líderes**. São Paulo: Integrare, 2009.

PACE, Tassiana Hille; HARDT, Letícia Peret Antunes. **IMPACTOS E LEGADOS DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS**:: copas do mundo de futebol de 2006, Alemanha, e de 2010, África do Sul. 2015. Disponível em: <[http://www.businessjournalz.org/Brazil_Special_Edition/SI_April_2015/BMR\(00117\)-V4-N10-April-2015-SI-VI-05.pdf](http://www.businessjournalz.org/Brazil_Special_Edition/SI_April_2015/BMR(00117)-V4-N10-April-2015-SI-VI-05.pdf)>. Acesso em: 23 jul. 2017.

PACE, T.H; HARDT, L.P.A. (2014). Megaeventos esportivos: reflexões sobre sustentabilidade e suas relações com o turismo. **Turismo e Sociedade**. Curitiba, v. 7, n. 1, p. 16-40

PIMENTEL, Maurício Ragagnin. **A Experiência Turística e a Imaginabilidade da Paisagem Urbana**. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul (RS), v. 5, n. 3, p. 421-438, 2013.

RITCHIE, J. R. Brent; Tung, Vicent W. S. e Ritchie, Robin J. B. (2010) “**Tourism Experience Management Research: Emergence, Evolution and Future Directions**”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 23, No. 4.

ROCHE, M. Mega events and urban policy. **Annals of tourism research**, Nova York: Pergamon Tress, 1994, v. 21, p. 1-19.

ROMANO, Fillipe Soares; VICO, Roberto Paolo; SILVA, Amanda Cabral da. **MEGAEVENTOS ESPORTIVOS: UMA REFLEXÃO SOBRE OS LEGADOS DA UEFA EUROCOPA**. 2015. Disponível em: <<http://www.podiumreview.org.br/ojs/index.php/rgesporte/article/view/141>>. Acesso em: 26 jun. 2017.

ROMERO, Rafaela Dias. **MEGAEVENTOS ESPORTIVOS, LEGADOS E TRANSPORTE**. 2011. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/60/teses/coppe_m/RafaelaDiasRomero.pdf>. Acesso em: 27 jul. 2017.

ROSA, Cristiane. **Rio 2016: aberto processo seletivo de voluntários para as Olimpíadas**. 2016. Disponível em: <<http://www.fnp.org.br/noticias/item/1063-rio-2016-aberto-processo-seletivo-de-voluntarios-para-as-olimpiadas>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

SALVADOR, Vânia Maria de Matos. **Experiência Turística - expectativas e vivências metamórficas no desenvolvimento pessoal do Turista: o caso do Comboio Histórico a Vapor no Alto Douro Vinhateiro**. Disponível em: <[https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/646/1/Mestrado Gestao Sust.Turismo_Vania_Salvador.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/646/1/Mestrado%20Gestao%20Sust.Turismo_Vania_Salvador.pdf)>. Acesso em: 23 nov. 2016.

SANTOS JUNIOR, Orlando Alves dos; GAFFNEY, Christopher; RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz. **Os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016**. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/textos/002721822.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

SANTOS, Saulo Ribeiro dos; SANTOS, Protásio César dos; HARDT, Letícia Peret Antunes. **TURISMO E INTERCÂMBIO: CONTRIBUIÇÕES PARA A FORMAÇÃO DISCENTE NOS CURSOS DE GRADUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE SÃO LUÍS, MARANHÃO**. Disponível em: <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano8-edicao3/3.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2017

SERRA, Mariana. **Volunteer Vacations**. Disponível em: <<http://volunteervacations.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 08 jul. 2017.

SEBBEN, Andréa. **Intercâmbio Cultural – para entender e se apaixonar**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.

SEBRAE. **DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES: Tecnologias de informação e desenvolvimento sustentável**. 2016. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal_Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos Turísticos Inteligentes.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal_Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos_Turísticos_Inteligentes.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2017.

SILVA, Amanda Cabral da et al. **Megaeventos e Turismo: um estudo bibliométrico dos periódicos brasileiros de turismo**. 2016. Disponível em: <<https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/9196/5108>>. Acesso em: 12 jul. 2017.

SILVA, Danielle Mesquita da Costa; XAVIER, Maria Gilca Pinto; FERNANDES, Ana Cristina de Almeida. **TURISMO CRIATIVO COMO INSTRUMENTO DE INCLUSÃO SOCIAL: O CASO SÍTIO HISTÓRICO DE OLINDA – PE**. 2015. 12 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Ufrpe, Pernambuco, 2015

SILVA, Jôzy Cleide; MENDES FILHO, Luiz Augusto Machado. **A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**. 2016. 12 f. Monografia (Especialização) - Curso de Turismo, Ufrn, Natal, 2016.

SOARES, Tamara Coelho. **Características do Turismo de Experiência: Estudo de Caso em Belo Horizonte e Sabará sobre Inovação e Diversidade na Valorização dos Clientes**. 2009. 99f. Monografia (Turismo) – Instituto de Geociência da Universidade Federal de Minas Gerais.

SOUZA, Doralice Lange de; PAPPOUS, Sakis. **LEGADOS ESPORTIVOS DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS: uma revisão da literatura**. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/31230>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

SUN TUNG, Vincent Wing, RITCHIE, J. R. Brent. **Exploring the essence os memorable tourism experiences**. *Annals of Tourism Research*, vol. 38 nº 4 pp. 1367-1386, 2011.

TAVARAES, Jéssica Ohana. **IMPACTOS E LEGADOS DOS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS: ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA NO TURISMO**. 2015. Disponível em: <http://www.repositorio.uff.br/jspui/bitstream/1/1560/1/371_Jessica_Tavares.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2017.

TAVARES, Otavio. **Megaeventos Esportivos**. 2011. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/viewFile/23176/17730>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

TOURISM, Creative. **O que é o Turismo Criativo?** Disponível em: <<http://www.creativetourismnetwork.org/about/?lang=pt-pt>>. Acesso em: 30 set. 2017.

Tyler, D.; Guerrier, Y. e Robertson, M. (orgs.). (2001). **Gestão do turismo municipal: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos.** (tradução Gleice Guerra). São Paulo: Futura.

WEARING, S. **Volunteer tourism: experiences that make a difference.** Oxfordshire: CABI, 2001.

VALE, Mariana Teixeira do. **A IMPORTÂNCIA DA EXPERIÊNCIA NO TURISMO – O CASO DO ENOTURISMO NA REGIÃO DO DOURO.** 2014. 139 f. Tese (Doutorado) - Curso de Marketing, Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto, 2014.

ZEALAND, New. **100% Pure New Zealand.** Disponível em: <<https://www.newzealand.com/br/things-to-do/>>. Acesso em: 30 set. 2017.

APÊNDICE A

1. **Idade:**

18 a 25 anos

26 30 anos

31 a 40 anos

41 a 50 anos

51 a 60 anos

Acima de 60 anos

2. **Sexo:** F M

3. **Cidade:**

4. **Nacionalidade:** Brasileiro Outro

5. **Escolaridade:**

1º Grau Completo

2º Grau Completo

2º Grau Incompleto

Superior Completo

Pós- graduação

Mestrado

Doutorado

6. **Em qual área é formado:**

Ciências exatas e naturais

Ciências agrárias e tecnologia

Ciências sociais aplicadas

Ciências humanas, artes e letras

Ciências jurídicas

Saúde

Não possuo graduação

7. Renda:

1 a 3 SM (SM: 937,00)

4 A 6 SM

7 A 8 SM

9 ou mais

8. Além do português, fala outro idioma? () Sim () Não

- Se sim, qual?

Inglês

Espanhol

Árabe

Russo

Francês

Japonês

Alemão

Italiano

Mandarim

Outro

9. Participou das Olimpíadas, Paraolimpíadas ou de ambos?

Apenas das Olimpíadas

Apenas das Paraolimpíadas

Dos dois

10. Primeira vez que trabalha como voluntário? () Sim () Não

11. Se sim, trabalharia novamente? Sim () Não ()

12. Se já havia sido voluntário anteriormente, qual outro evento que participou?

Jogos Olímpicos

Copa do Mundo

Outro megaevento

Outro evento

13. Em que ano participou desse evento?

Anterior a 1994

1994 – 1996

1997-2000

2001- 2004

2005- 2008

2009-2012

2013- 2015

2015-2017

14. O que motivou a participar como voluntário do Rio 2016?

Para enriquecer o meu currículo

Por experiência / treinar a língua estrangeira

Por lazer e conhecer a cidade do Rio de Janeiro

Ampliar redes de contato

Para conhecer novas pessoas

Por prazer em conhecer e fazer parte de um evento como esse

Por gostar de Jogos Olímpicos

Para contribuir com o desempenho nos Jogos Olímpicos

Outros

14. Em qual área você trabalhou?

Esportes

- Saúde
- Atendimento ao público
- Apoio operacional
- Credenciamento e imprensa
- Transportes
- Produção de cerimônias
- Protocolo
- Tecnologia
- Outros

15. Qual o meio de transporte que utilizou até o local de trabalho como voluntário?

- Carro
- Táxi
- Ônibus
- Outro:

16. Qual meio de hospedagem que utilizou durante o período no Rio de Janeiro como voluntário?

- Casa de amigos
- Hotel
- Moro no Rio de Janeiro
- Pousada
- Pensão
- Hostel
- Cama e café
- Locação de quarto

Airbnb

Couchsurfing

Outro

17. Observou se houve desistência de pessoas que estavam escaladas com você?

Sim Não Não soube responder

18. Você como voluntário, cumpriu todo o período previsto? Sim Não

19. Realizou algum tipo de atividade de lazer/turismo em horários livres?

Sim Não

- Se sim, qual?

Corcovado

Pão de açúcar

Ida a praia

Ida ao shopping

Viajou para outros municípios próximo: Niterói, Região dos Lagos, Região Serrana do Rio.

Viajou para outros estados: São Paulo, Minas Gerais.

Viajou para outros países: Argentina, Uruguai, Paraguai

Resido no Rio de Janeiro

20. Durante o trabalho voluntário, teve a oportunidade de assistir alguma das modalidades apresentadas?

Sim Não

- O contato com diferentes culturas foi motivador á minha participação como voluntário RIO 2016.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- O fato de ter sido no Brasil, aumentou o interesse em querer participar.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- A minha candidatura como voluntário se deu através da possibilidade de adquirir conhecimento e a oportunidade de conhecer novos lugares e culturas.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- O treinamento para fazer parte desse trabalho foi satisfatório.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- O meio de hospedagem que utilizou supriu suas necessidades.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- O acesso até local de trabalho foi bem aproveitado e de fácil localização.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- As atividades de lazer realizadas em horários livres foram satisfatórias e com uma experiência única em conhecer lugares diferentes.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- Minha participação em um evento como este foi satisfatória, aprendi várias coisas e adquiri muita experiência em conhecer novas pessoas e culturas.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- Senti que com o meu envolvimento enquanto voluntário contribuiu para o sucesso dos Jogos Rio16.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- Fiquei satisfeito com o meu desempenho na realização das tarefas que me atribuíram.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |

- Tive a oportunidade de aprender alguns idiomas, com as pessoas de outros países presentes.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Discordo totalmente | <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente | <input type="checkbox"/> Concordo totalmente | <input type="checkbox"/> Nem concordo nem discordo |