



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO E HOTELARIA

ÉRICA VILARONGA
FERNANDA ANDRADE

CORRIDA DE RUA EM SALVADOR COMO NOVA PERCEPÇÃO
TURÍSTICA NA CIDADE DE SALVADOR

Salvador

2012

ÉRICA VILARONGA
FERNANDA ANDRADE

**CORRIDA DE RUA EM SALVADOR COMO NOVA PERCEPÇÃO
TURÍSTICA NA CIDADE DE SALVADOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Turismo e Hotelaria,
Departamento de Ciências Humanas da UNEB,
como requisito parcial para a obtenção do grau de
Bacharel Turismo e Hotelaria.

Orientadora: Ariadna Bandeira

Salvador

2012

RESUMO

A corrida de rua é uma prática esportiva que, em amplo crescimento, tem impulsionado o mercado turístico da cidade receptora. Isso por que muitos dos inscritos viajam para outras cidades a fim de participar das inúmeras competições, o que implica na existência de infraestruturas necessárias como hospedagem, alimentação e entretenimento para receber tanto os participantes, quanto seus acompanhantes. Dessa forma presente trabalho teve como objetivo avaliar a influência das corridas de rua na potencialidade do turismo na cidade de Salvador. Para tanto, utilizou-se de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas não diretiva com responsáveis pelos órgãos regulamentadores para a execução das corridas de rua, além dos responsáveis pelas instituições organizacionais. Os resultados revelaram que Salvador apresenta potencialidades para a expansão da modalidade corrida de rua como fator de desenvolvimento da cidade como um pólo turístico esportivo.

PALAVRAS-CHAVE: Corridas de rua. Turismo. Salvador. Potencialidades.

“Não confunda derrotas com fracasso, nem vitórias com sucesso. Na vida de um campeão sempre haverá algumas derrotas, assim como na vida de um perdedor sempre haverá vitórias. A diferença é que, enquanto os campeões crescem nas derrotas, os perdedores se acomodam nas vitórias.”

Roberto Shinyashiki

Dedicamos este trabalho de conclusão de curso em primeiro lugar a Deus, por que sem ele nada seria possível.

Eu, Érica, dedico a minha mãe Norma, por me compreender e me apoiar nas horas mais difíceis da vida.

Eu, Fernanda, dedico a meu companheiro Presídio e as minhas duas filhas Cecília e Angélica, por entenderem a minha ausência para execução deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por nos manter fortes na batalha para mais essa conquista em nossas vidas; a nossa orientadora Ariadna, por não desistir de nós e nos incentivar até o final, nos mostrando que era possível; à Rafaela, por ser o coração do curso de turismo e hotelaria e sempre nos apoiar; a todos os professores, por compartilhar das suas sabedorias, contribuindo para a construção dos nossos conhecimentos; aos nossos colegas, pelo incentivo, força e torcida; aos nossos amigos por acreditarem no nosso momento e nos emanarem seus positivimos, a Samara e a Sr. Bonfim, pela ajuda dada por ambos para que esse TCC fosse concluído com êxito.

Queremos agradecer também a Tais, da Vetor Esportes pela contribuição e preocupação com o nosso trabalho e ao Presidente da Federação Baiana de Atletismo, Og Robson e ao Coordenador Assessor Técnico da Coordenação de Excelência Esportiva, da SUDESB, Mauricio Nery e ao professor de Educação física Rodrigo, por disporem do seu tempo em nos receber e pela simpatia em que o fizeram.

Eu, Érica, agradeço a minha colega Fernanda, pela contribuição na construção deste trabalho. Foram dias de correria e desesperos, mas juntas encaramos com bom humor e compartilhamos do positivismo de que seria possível conseguirmos.

Eu, Fernanda, agradeço a minha colega Érica pela sua dedicação e compreensão nas minhas ausências. Foram muitas noites sem dormir, alguns red Bull, cafés, mas no final todos os esforços valeram a pena.

Também deixamos nossos agradecimentos à banca examinadora, por aceitarem o convite e dispor do seu tempo para a nossa avaliação.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Destino mais desejado do Brasil, por Renda	37
Tabela 2 - Segmentação dos interesses a lazer (em %) dos turistas a Salvador, 2009.	39
Tabela 3 - Quantidade de corridas de rua entre 2010 e previsões para 2012 - Salvador	40
Tabela 4 - Principais corridas realizadas em Salvador (2011) – Vetor Esporte	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Divisões e características das corridas de rua	18
Quadro 2 - Elementos da atividade turística	18
Quadro 3 - Locais para correr em Salvador	19
Quadro 4 - Federação Baiana de Atletismo, 2012	20
Quadro 5 - Saltos do Turismo na Bahia	22

LISTA DE SIGLAS

CBA t – Confederação Brasileira de Atletismo	20
CBD – Confederação Brasileira de Desporto	19
COEL - Coordenadoria de Esporte Lazer e Entretenimento	46
FBA – Federação Baiana de Atletismo	40
FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas	36
IAAF - Associação Internacional de Federações de Atletismo	18
SALTUR – Empresa Salvador Turismo	31
SEOPE - Setor de Operações Especiais conhecida	47
SESP - Secretaria de Serviços Público	47
SETUR – Secretaria do Turismo do Estado da Bahia	29
SECULT – Secretaria Municipal de Educação Cultura Esporte e Lazer	46
SUCOM - Superintendência de Controle e Ordenamento do Solo	47
SUDESB - Superintendência de Esportes da Bahia	46
TRANSALVADOR – Superintendência Trânsito e Transporte de Salvador.	44

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1 - Maratona de Nova York 2011	33
Fotografia 2 - Percorso com apelo turístico – Barra	42
Fotografia 3 - Suporte de assessoria durante competição	43

LISTA DE DESENHO

Desenho 1 - Principal trecho para corridas de rua em Salvador.

18

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2. CORRIDA - UM POUCO DE HISTÓRIA	14
3 SEGMENTAÇÃO DAS CORRIDAS E PERFIL DO CORREDOR	19
3.1 TIPOS DE CORRIDAS	19
3.2 CORRIDAS DE RUA	20
3.3 PERFIL DO CORREDOR DE RUA BRASILEIRO	22
3.4 PRINCIPAIS CORRIDAS DE RUA DO BRASIL	23
4 TURISMO - ATIVIDADE URBANA	25
4.1 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO TURISTICO	27
4.1.1 TURISMO ESPORTIVO	27
4.2 IMPACTO DA CORRIDA DE RUA NO TURISMO	29
5 SALVADOR COMO PRODUTO TURÍSTICO	32
5.1 AVALIAÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO SALVADOR COMO ATRATIVO NO SEGMENTO TURISMO ESPORTIVO – CORRIDA DE RUA	36
5.1.1 CORRIDAS DE RUA – ASSESSORIAS E ESPAÇOS PARA A PRÁTICA	39
5.1.2 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL – INICIATIVA DOS PODERES PÚBLICOS E PRIVADOS	43
6 CONCLUSÃO	47
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICE A - Roteiro de perguntas	52
ANEXO A - Permit	54

1 INTRODUÇÃO

A corrida surgiu na humanidade desde os seus primórdios, com a necessidade que o homem tinha em se locomover e caçar para a sua sobrevivência. O simples ato de andar, correr, levantar os braços e lançar implicava na prática do exercício físico. Com a evolução dos tempos, esses movimentos foram se aperfeiçoando e evoluindo para a categoria de esportes, que com a expansão da prática e locomoção de pessoas de diversas localidades para tal, teve o turismo como reflexo.

O turismo é uma atividade do setor terciário que, em um mundo contemporâneo, vem crescendo, se desenvolvendo e ganhando, cada vez mais, uma grande importância na economia mundial. Como atividade complexa, o turismo é um grande gerador de serviços, de oportunidades que promove o desenvolvimento socioeconômico de regiões e países. A atividade turística tem grande potencial de desenvolvimento sustentável, na medida em que propicia a criação de oportunidades relacionadas aos atrativos do lugar e é conhecida por ser um setor com elevada capacidade de geração de emprego e renda.

Devido ao número crescente no fluxo de pessoas que se movem de uma localidade para outra, a fim de praticar a corrida de rua, o trabalho foi intitulado **Corrida de rua como nova percepção turística na cidade de Salvador**. A corrida de rua foi escolhida como objeto, pois Salvador tem apresentado crescimento em sua prática.

A pergunta norteadora da pesquisa para o trabalho foi “até que ponto a modalidade esportiva corrida de rua pode influenciar na atividade turística da cidade de Salvador?”

A justificativa do trabalho dá-se devido à importância de entender quanto a corrida de rua influencia no desenvolvimento da atividade turística. Por conta das viagens feitas pelos praticantes, a fim de participar de inúmeras competições, se faz necessária a análise da corrida de rua para o desenvolvimento da cidade de Salvador como atrativo. Devido à escassez de pesquisa que relacione corrida de rua e turismo, o trabalho pode ajudar a estudantes, profissionais de turismo e de atividades esportivas a entenderem a necessidade de sistematizar o conhecimento para poder criar expectativas inovadoras.

O objetivo geral do trabalho é evidenciar as oportunidades de estruturas físicas e organizacionais para a corrida de rua em Salvador. Os objetivos específicos são:

- a) Apresentar a modalidade corrida de rua.
- b) Identificar a potencialidade da corrida de rua para o turismo em Salvador.

A presente pesquisa caracteriza-se como estudo exploratório e de campo, tendo em vista existir pouco conhecimento produzido sobre o tema na realidade soteropolitana, ainda que a corrida de rua traga diversos benefícios à cidade, podendo, inclusive, estimular outros segmentos e produtos turísticos.

O trabalho utiliza-se do método de procedimento monográfico, consistindo na investigação do desenrolar do fenômeno “corrida de rua” e estudando os indivíduos atuantes deste nicho, investigando a relação e os investimentos que a modalidade traz para Salvador; bem como qual a influência desse esporte sobre as potencialidades da cidade, seu público alvo e a interação desse lazer com o bem estar e o turismo.

Com relação às modalidades de pesquisa aplicáveis ao trabalho, a bibliográfica busca a coleta de dados e registros existentes em documentos impressos, sejam eles livros, revistas, documentos públicos, web sites oficiais dos órgãos ou mesmo da iniciativa privada, acerca da corrida de rua, sua realização, a infraestrutura necessária, os serviços abrangidos e os benefícios turísticos que ela apresenta.

Os procedimentos técnicos de pesquisa adotados para a coleta de dados da pesquisa científica são as fontes primárias, tal como provindas de fontes secundárias, como pesquisas documentais e bibliográficas, visto o consenso da necessidade da utilização de todos os documentos possíveis e úteis na realização deste trabalho, sejam eles documentos de órgãos públicos ou privados.

Como mediação prática, os instrumentos utilizados iniciam-se por entrevistas roteirizadas na Superintendência dos Desportos da Bahia e na Federação Baiana de Atletismo, as quais permitiram aos pesquisadores trabalharem como incentivadores, dando um maior espaço e liberdade.

O trabalho apresenta em seu Capítulo 1 um breve relato histórico das corridas no mundo, inclusive a chegada da modalidade no Brasil e o surgimento dela na Bahia; no Capítulo 2 apresenta os tipos de corridas, a segmentação das corridas de rua e o perfil dos corredores; no Capítulo 3 se identifica o turismo, sua segmentação em turismo esportivo e o impacto das corridas de rua no turismo da localidade receptora. No Capítulo 4 tem-se a apresentação da cidade de Salvador, seus produtos turísticos, as estruturas esportivas para os eventos de corridas de rua, assim como os circuitos utilizados para as suas realizações. E, por fim, é apresentada a Conclusão.

2 CORRIDAS – UM POUCO DE HISTÓRIA

Existe evidência de que o homem pratica corrida desde o princípio da humanidade. De acordo com Dallari (2009 apud YALOURIS, 2004), a atividade fica caracterizada na representação esquemática de dois corredores em um vaso da civilização micênica do século 16 a.C.

Deixar de destacar a mitologia grega, quando o assunto é esporte é o mesmo que negar a grande contribuição que esse povo deixou para a história da humanidade. De acordo com a mitologia grega a origem do esporte deu-se quando Enomao, Rei de Pisa e soberano de Olímpia, foi avisado por um pitonisa que seria destronado e morto pelo pretendente de Hipodâmia, sua filha. Por precaução, Enomao convoca os soldados para uma corrida de biga, disputada entre o altar de Zeus, em Olímpia e o altar de Poseidon em Corinto. Ele venceu e matou treze pretendentes. Porém, sua filha, com a ajuda de um soldado, sabotou a biga de seu pai, para que seu amado se consagrasse vencedor. Para comemorar a vitória e o casamento, os noivos intitularam os Jogos, em homenagem a Zeus, que ocorria em intervalos fixos de quatro anos. (COLLI, 2004, p 24).

Em estudos realizados para o entendimento da história da modalidade, foi possível observar que os autores citados enfatizavam que a prática de corrida surgiu na Grécia. Segundo eles, essa foi a primeira modalidade do atletismo a ser disputada nos jogos olímpicos na Grécia Antiga. Existem dúvidas quanto ao período exato de como se iniciou a prática esportiva, mas existem pontos relevantes na história. Segundo Freire (2006), a corrida era o esporte mais nobre dos jogos da antiguidade grega, sendo exclusiva nas competições até os 13º Jogos da Era Antiga, em 728 a.C.

Ainda de acordo com o pensamento de Freire (2006), as corridas para os gregos representavam algo de vital importância para as funções orgânicas, acreditando que elas fortaleciam as pernas, os pulmões, o coração, o peito e o abdômen. Além das funções orgânicas já mencionadas, elas eram de grande relevância social, uma vez que os participantes dessas competições desejavam prestígio e retorno heroico para suas cidades-estados.

Continuando a história, nos primeiros Jogos Olímpicos, os gregos já organizavam competições de corridas de velocidade. Era a prova de 192 metros (em volta do estádio) equivalente a 600 pés de Heracles. Essa corrida era chamada de estádio. Logo se agregaram outros tipos de corridas, como a de dois estádios (Dialus) e as corridas de resistência sobre 8,

10, 12 e até 24 estádios (4.600 metros – Dolikos, salto em distância sem impulso). Estudos desenvolvidos pela Secretaria de Educação Física e Desporto (2003, p. 20) destaca:

Nessa época se via claramente as diferenças de estilo entre os velocistas e corredores de longa distância. Os Helênicos também davam muita importância às corridas atléticas, a ponto de os espartanos avaliarem uma pessoa de acordo com o seu rendimento nessa modalidade esportiva [...].

Um episódio interessante ao qual se atribuiu o surgimento da corrida de rua aconteceu no ano de 490 a.C., época da celebração da 72ª Olimpíadas. Os gregos derrotam os persas na planície de Maratona; o protagonista, soldado Feidipedes, encarregado de levar a mensagem da vitória de Maratona a Atenas, morreu esgotado, assim que cumpriu sua missão. (PAIOLI [19--]).

Os jogos das olimpíadas da era grega antiga se perdurou por alguns séculos, contudo, o final das competições aconteceu no ano de 392, da era cristã. Conforme relatos de Pernisa (1980), esse marco da história fora suprimido pelo Imperador Teodósio I, três anos depois da celebração do evento número 291º das Olimpíadas, a conselho de Ambrósio, bispo de Milão, para acabar com todas as festas pagãs, incluindo os jogos olímpicos.

Logo após o fim das competições, vale salientar, que na Idade Média, a prática do atletismo se estagnou em um intervalo de mais ou menos 1500 anos. Nesse período pouco se produziu nessa modalidade, sendo priorizados os eventos esportivos que fossem relacionados à guerra (esgrima, o arco e flexa, o lançamento de dardo e as lutas armadas), devido às cruzadas impostas pelo sistema feudal. O declínio do feudalismo trouxe à tona valores culturais da era grega. Dessa forma, e a partir de então, os esportes olímpicos voltaram a ter evidências positivas. (PERNISA, 1980).

Embora o atletismo tenha surgido na Grécia, foi na Inglaterra no século XIX, com a introdução das práticas de atletismo nas escolas primárias públicas que foram dados os primeiros passos para institucionalização do atletismo como matéria obrigatória nas instituições de ensino. Em 1828, Thomas Arnold inicia a reforma pedagógica na Inglaterra, codificando as corridas, os saltos e os arremessos. Fazendo, assim, nascer o espírito competitivo pela ação do atletismo disputado por escolas e universidades e difundindo os benefícios da prática para outros países. (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS, 1984).

No Brasil, em 1850, foram registrados os primeiros movimentos de corridas atléticas com a chegada dos navios ingleses nos Portos do Rio de Janeiro e São Paulo, surgidos para compensar o longo período de permanência dos oficiais militares no mar.

Em 1892, a França, juntamente com o renascentismo, começa a difundir os benefícios da corrida para a humanidade, por meio dos desportos com a inspiração e idealismo desportivo do Barão Pierre de Coubertin. Em 06 e 15 de Abril de 1896, foi realizada na Grécia a Primeira Olimpíada da Era Moderna sob a égide do Barão de Coubertin, despertando o mundo para a importância da prática esportiva. (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS, 1984).

O acontecimento mais marcante da primeira Olimpíada da Era Moderna foi a maratona dos Jogos Olímpicos de Atenas de 10 de abril de 1896. O Barão Coubertin, apresentou em 1894, seu projeto que visava restabelecer os jogos olímpicos e acatou a proposta do francês Michel Bréal, para a criação de uma corrida em homenagem a Phidippides. (LUNZENFICHTER, 2003 apud DALLARI, 2009).

Quando no final do século XIX foi celebrada a primeira edição dos Jogos Olímpicos da Era Moderna e a cidade de Atenas acolheu a competição pouco se esperava de um evento que reunia algumas centenas de pessoas que praticavam esportes como atividade de tempo livre e sem nenhuma outra finalidade senão a competição em si mesma. Pierre de Coubertin, idealizador do Movimento Olímpico, acreditava que poderia por meio do esporte promover a paz e colaborar para a transformação da sociedade. (RUBIO, 2007, pag. 11).

Ainda no final do século XIX, segundo Dallari, a Inglaterra, Estados Unidos e Alemanha foram pioneiros em criar instituições que normatizavam o atletismo.

No início do século XX, durante os jogos de Estocolmo 1912, foi criada a Associação Internacional de Federações de Atletismo (IAAF), na qual as regras de esportes foram incorporadas a manuais e as listas de recordes mundiais passaram a ter maior credibilidade. Essa instituição deu novas dimensões ao esporte no mundo, por ter conseguido reunir 16 países que estabeleceram regras para uniformização dos padrões de competições de atletismo. Somente a IAAF pode alterar as regras, por meio de congresso da Instituição, com representante de cada confederação e competência para organizar muitas das provas atléticas no mundo. (TURCO, 2006).

Ainda no século XX foi na Bahia, em 15 de novembro de 1906, que ocorreu a primeira corrida de rua do Brasil. Quatro atletas largaram para a disputa de uma corrida de 5 km, a *Long Race*, em frente à Igreja de Nazaré, organizada pela Liga Baiana de Desportos Terrestres. Apenas dois atletas conseguiram cruzar a linha de chegada, no Corredor da Vitória. (RODRIGUES, 2011, p.31).

Em 1908, nos jogos Olímpicos realizados em Londres, a pedido da rainha para que a maratona pudesse contemplar o terraço leste onde as crianças reais pudessem admirar de seus aposentos, a distância do percurso foi alterada, de 40 para 42,195 quilômetros, sendo oficializado pela IAAF. (DALLARI, 2009)

Já em 1921, no Brasil, foi criada a Confederação Brasileira de Desportos. Em 1924, na cidade de São Paulo, foi criada a Corrida de São Silvestre. Inicialmente uma corrida de rua comum, com distância de 8900 m e com participação apenas de brasileiros. Nesse mesmo ano, o atletismo do Brasil competiu pela primeira vez nos Jogos Olímpicos em Paris. Em 1945, com a promoção e organização da gazeta Esportiva, o País atingira importante expressão no atletismo mundial, fazendo com que a corrida passasse a integrar os primeiros estrangeiros na prova (Uruguai e Chile), dando, assim, início à fama da corrida em âmbito internacional. (FERREIRA, 1979).

A partir de 1947, surgiu a maratona de Fukuoka, no Japão; em 1948, a maratona de Twente, na Holanda e em 1970, a maratona de New York foi disputada pela primeira vez – contando somente com 127 participantes dos quais apenas 55 concluíram. (DALARRI, 2009; KAMEL TURISMO, 2012).

A partir de 1970, após a Copa do Mundo de Futebol, coincidentemente, junto com o lançamento da tradução do livro do Prof. Kenneth Cooper, sobre as vantagens da prática dos exercícios aeróbicos, deu-se início à febre pela corrida no Brasil. Precisamente nos calçadões de Copacabana, Ipanema e Leblon, no Rio de Janeiro, em 1971, começou a ser praticado o Cooper (corrida) matinal, com predominância de estrangeiros de todas as idades, que corriam aproveitando os ares cariocas da zona sul. (VIEIRA; FREITAS, 2007; SANTOS, 1979).

Ainda em 1970, na Bahia, a corrida de rua teve repercussão com o Grupo Madruga, iniciado em meados do ano, quando o Major do Exército e professor de Educação Física, Dinaldo Rocha dos Santos, teve a ideia de reunir-se com alguns companheiros diariamente, para algumas atividades ao ar livre da orla marítima de Salvador, precisamente nos bairros da Pituba e Amaralina. Atividades essas que encontraram alguns entusiastas, os quais se juntaram ao Major. (SANTOS, 1979)

O treinamento do Madruga caracterizou-se assim, devido ao horário para a prática do treinamento e pelo fato de ser praticado ao ar livre. As sessões eram em número de quatro por semana, com um dia de descanso no meio da mesma, além dos repousos aos sábados e domingos. O tempo de cada sessão durava entre 35 a 45 minutos. As atividades tinham um misto dos métodos de Cooper, Calistenia e o Método Francês, nunca fixando em uma linha clássica de Educação Física. Eram variadas, indo de ginástica de formação corporal, ginástica

calistênica, circuito interno com tempos definidos, dentre outras, porém, a atividade de maior predominância era a corrida.

Entre 1970 e 1978, o Major Dinaldo Rocha dos Santos esteve sozinho na direção do Madrugá, contando, porém, com seus auxiliares Lancetta, Neto, Biazzi e Galdino, além de colaboradores como os Coronéis Cabral e Nunes. (SANTOS, 1979).

Em agosto de 1978, com o crescimento das inscrições, o Coronel Dinaldo decidiu criar um novo grupo, no bairro da Barra; confiando a condução das atividades ao prof. José Mota Pereira, as quais seriam periodicamente supervisionadas pelo Coronel. (SANTOS, 1979).

Em 1979, foi extinta a Confederação Brasileira de Desporto (CBD) devido à criação de confederações especializadas em cada modalidade do esporte. A CBA surgiu oficialmente em 02 de dezembro de 1977 mas, por motivos burocráticos, só pode oficialmente funcionar em 1979, ficando responsável, a partir desse período, pelo atletismo no País. (SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS, 1984).

No final da década de 70, as corridas no Brasil tiveram seu auge com a Maratona no Rio de Janeiro, em julho de 1979, a qual contou com atletas de vários estados do Brasil, além de alguns convidados americanos e portugueses. Duas semanas depois, em agosto de 1979, a Federação Mineira de Atletismo promoveu a X Maratona da Grande Belo Horizonte. (SANTOS, 1979).

Um marco que deve ser destacado na história das corridas de rua no Brasil, é que sua principal corrida, a São Silvestre (realizada até 1979), trazia restrições à participação popular de brasileiros, sendo exigido destes a classificação em provas seletivas, ou ser representante de algum estado. Salientando, entretanto que a mesma exigência não era imputada a participantes estrangeiros. A esse fato pode-se atribuir a relativa estagnação da corrida de rua no Brasil. Na década de 80, as corridas de rua apontaram para uma tendência mais popular, em que profissionais e amadores podiam participar da mesma prova. (DALARRI, 2009).

A partir disso, qualquer brasileiro passou a participar das corridas de rua. Desde então, o crescimento das provas tem sido progressivo no País. De modo geral as competições promovidas pelos estados do Sul e Sudeste têm se destacado ao longo dos anos.

No próximo capítulo podem-se conhecer os tipos de corridas existentes no atletismo, as segmentações das corridas de rua, o perfil do participante da modalidade, além das principais provas existentes no Brasil, em especial as mais notórias em Salvador, Bahia.

3 SEGMENTAÇÃO DAS CORRIDAS E PERFIL DO CORREDOR

Para melhor entendimento relacionado à corrida de rua, o presente capítulo relaciona os tipos de corridas existentes no atletismo, proporcionando conhecimento geral sobre as corridas; especificamente na corrida de rua, tratando sua importância na atualidade e pretendendo traçar o perfil do participante e as principais corridas de rua do Brasil.

3.1 TIPOS DE CORRIDAS

Dada a complexidade das variações de corrida, foi necessária a sua segmentação por tipo de prova, por distância de prova, por tempo de prova e da fonte energética empregadas nas provas. (MATHIESEN, 2007).

As provas clássicas de corridas são aquelas que estão incluídas atualmente nos Jogos Olímpicos. Segundo Santos (1979), são classificadas em:

- a) Provas de velocidade intensa: livre – 100m e 200m; com barreiras - 110m e 100m; revezamento - 4x100m.
- b) Velocidade prolongada: livre – 400m; com barreiras – 400m; revezamento – 4x400m.
- c) Meio fundo: livre - 800m e 1500m.
- d) Fundo: livre – 3000m, 5000m e 10000m; Maratona – 42195m.

Nos 100m e 400m com barreiras, os obstáculos são colocados a intervalos regulares; nos 100m, a distância entre as barreiras é de 8,5m; nos 110m, o intervalo é de 9.145m e nos 400m, de 35m; nas corridas de até 400m, os atletas devem começar e terminar a prova na mesma raia; nos 800 m, eles largam cada um em sua raia e assim permanecem até completar 200 m, quando então podem correr livremente. Nas demais distâncias, os atletas não precisam ficar em raias. No revezamento 4x100, os quatro atletas da equipe ficam na mesma raia até o final da prova; no 4x400, apenas o primeiro atleta de cada equipe corre na mesma raia e, a partir do segundo, todos podem correr livremente depois da primeira curva, quando quase sempre buscam a raia 1. (FERNANDES, 1947).

Segundo Fernandes (2003), essas corridas são divididas quanto:

- a) Organização:

- Balizadas: todas as provas de distâncias menores, nas quais o corredor deve perfazer o percurso total.
- Não-balizadas: provas de percurso mais longo, na qual o competidor corre livremente durante todo o percurso.
 - b) Desenvolvimento: Rasas ou com obstáculos
 - c) Esforço fisiológico
 - d) Ritmo
 - e) Provas olímpicas de corrida (metros rasos, maratona, marcha atlética, metros com barreira, metros com obstáculos, metros revezamento)
 - f) Corridas *indoor* (pista coberta – 200 metros)
 - g) Quanto ao piso – pistas e terrenos variados (*cross-country*)

Portanto, observa-se que essas corridas correspondem às provas de pista, sendo realizadas em pistas específicas do atletismo. Sua unidade de medida é o metro, com exceção do item “g”. Essa é a diferença com a corrida de rua, que pode ser praticada em qualquer lugar e tem sua unidade de medida em quilômetros.

No próximo item será abordada a corrida de rua e suas características, para esclarecimento dessa diferença entre as corridas de pista.

3.2 CORRIDAS DE RUA

As corridas de rua são bem populares em todo o mundo. São praticadas em sua grande maioria por atletas amadores, que buscam melhorar e aumentar sua qualidade de vida por meio da prática esportiva. Todas essas provas têm regras oficiais adotadas pela Confederação Brasileira de Atletismo. Complementam o programa olímpico do atletismo as provas de rua conforme Quadro 1:

CARACTERÍSTICAS DAS CORRIDAS DE RUA	
Distâncias	Características
5 Km	Período de treinamento aproximado de seis semanas.
8 Km 10 Km 16 km	Recomendadas após algumas corridas de 5km. Ponto de partida para a meia-maratona. Treinamento: corrida alternada entre dois e três meses.

CARACTERÍSTICAS DAS CORRIDAS DE RUA (cont)	
Distâncias	Características
Meia-Maratona (21 km)	Programa de treinamento de 12 semanas
Maratona (42.195 km)	Participante deve treinar ao menos seis meses, no mínimo três vezes por semana; 16 semanas de treinamento regular com corridas entre 32km e 35km, aproximadamente.

Quadro 1 – Divisões e características das corridas de rua

Elaboração: Andrade; Pereira, 2012.

Fonte: Neitz, 2010.

As provas de 5 km são as ideais para se começar a correr, pois o treinamento não é tão exigente ou complicado e recuperar-se dessa prova é fácil (em regra geral, o corpo precisa de um dia de recuperação para cada 1,6 km corridos, ou seja, recupera-se de uma prova de 5 km em três dias. 8 km, 10 km e 16 km são bons pontos de partida entre as provas de 5 km e a meia-maratona. Eles exigem mais tempo de treinamento, conseqüentemente, demanda maior tempo de recuperação, aproximadamente de sete a dez dias. Meia-maratona, popular entre os corredores que aspiram se tornar maratonistas, requer mais planejamento, preparo e dedicação. Devido ao fato de exigir mais do corpo, requer maior tempo de recuperação. Já a Maratona exige dedicação no treinamento, pelo menos 16 semanas de treino regular e seu tempo de recuperação também é longo. (NEITZ, 2010).

Mas para que a corrida de rua aconteça, ela deve estar dentro dos padrões estabelecidos pela Confederação Brasileira de Atletismo – CBAAt. Segundo Mathiense (2007), é necessário ser requisitada por pessoa jurídica, cumprindo algumas formalidades:

- Solicitar o reconhecimento de acordo com as normas da CBAAt;
- A CBAAt a reconhecerá caso as normas forem cumpridas;
- A CBAAt homologará a prova após sua realização e recebimento do Relatório do Delegado Técnico presente na prova, sendo que essa homologação poderá ocorrer em duas classes: Classe A – Provas Nacionais e Classe B – Provas regionais.

De acordo com o Estatuto da CBAAt, as distâncias das provas devem estar dentro das recomendadas pela Associação Internacional das Federações de Atletismo, órgão que regulamenta a modalidade em âmbito mundial.

Diante do exposto, entende-se que a corrida de rua é uma das modalidades do atletismo mais acessíveis, pois utiliza os espaços públicos da cidade onde ocorrem as competições, tendo em vista que qualquer pessoa, seja ela profissional ou amadora, pode participar ativamente, ao contrário dos outros tipos de corrida que têm a necessidade de uma estrutura física esportiva, como ginásio para ser praticada, bem como preparo e dedicação integral para ser praticante.

O próximo subcapítulo pretende discorrer sobre o atleta de rua, com a finalidade de traçar seu perfil.

3.3 PERFIL DO CORREDOR DE RUA BRASILEIRO

Diversos são os fatores que determinam o perfil do público de uma região, as características demográficas são uma das principais bases. A outra base é o aspecto geográfico, relacionado à idade, sexo, estado civil, ocupação, renda, dentre outros. O principal problema de se contar com esses tipos de segmentação de perfil é que eles não detalham sobre o porquê as pessoas compram, eles apenas dizem quem as pessoas são. Para o esporte, tipos diferentes de pessoas compram o mesmo produto, então ter somente dados demográficos não é uma boa forma de agrupar os potenciais consumidores. (MORGAN; SUMMERS, 2008, p. 127).

As pessoas que consumiam os esportes do atletismo eram essencialmente profissionais ou de baixo poder aquisitivo. No entanto, com a profissionalização das corridas e o surgimento das assessorias, a atividade tem atraindo cada vez mais pessoas de alta renda.

O fator para a mudança no perfil desses participantes se deve também ao alto investimento para a prática da corrida, contando com assessoria, academia, nutricionista, dentre outros serviços, além dos valores das taxas de inscrições nas corridas, que têm sido significativos.

Pesquisa realizada pela Crowe Horwath RCS traçou o perfil do corredor de rua médio no Brasil e mostrou as perspectivas de mercado sobre essa parcela de consumidor. O corredor no Brasil, em sua maioria, é homem de meia idade e classe média alta. A grande maioria dos atletas no País, mais precisamente 70%, classifica-se na faixa etária entre 35 anos e 59 anos; apenas 3% têm menos de 24 anos. Segundo dados da análise, 81% dos corredores são do sexo masculino. Considerando que no Brasil 51% da população é formada por mulheres, identifica-se pouca adesão ao esporte por conta desse público. Quando considerado

o nível socioeconômico, revelou-se que 60% dos avaliados ganham mais do que R\$5 mil. Além disso 75% têm nível superior. (MAQUINA DO ESPORTE, 2009).

Contudo, todas as pessoas podem realizar a corrida, não existe limitação para correr, podendo o esporte ser praticado por nichos de qualquer classe social e principalmente de qualquer idade. Sempre há alguma corrida de rua que se enquadre em cada perfil, inclusive nas maratonas, que não exigem índice técnico para inscrição. Porém, é preciso ter cuidados especiais com aqueles que já passaram dos 40 anos e levaram uma vida sedentária. (SANTOS, 1979).

Fora os excessos, os benefícios da prática são muito maiores do que as lesões possíveis de serem sofridas. Inclusive, por conta desses benefícios, muitas pessoas buscam a corrida de rua como estilo de vida. Segundo Neitz (2010, p. 5), o exercício regular da corrida “não só melhora a saúde física, reduzindo o risco de uma doença cardíaca, diabetes e câncer, mas também melhora o bem estar mental e estado de ânimo, diminuindo a ansiedade e depressão, e até mesmo impedindo a demência e o mal de Alzheimer”.

Para dar prosseguimento à corrida de rua, é necessário que haja determinação e disposição dos praticantes, pois o treinamento requer tempo e esforço. Ao iniciar a atividade, a sensação de superação dos limites torna-se algo estimulador. Cumprir metas, vencer desafios, ultrapassar limites são outras motivações do corredor. As maiores corridas de rua, no Brasil, para cumprimento desses objetivos, podem ser observadas no subcapítulo seguinte.

3.4 PRINCIPAIS CORRIDAS DE RUA DO BRASIL

No Brasil as três principais corridas de rua acontecem em São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Salvador ainda não apresenta magnitude nesse segmento, mas aqui será abordada a corrida de rua mais tradicional da cidade: Corrida Rústica de Duque de Caxias. A seguir são apresentadas essas quatro corridas:

- A volta da Pampulha, que na sua edição de 2011 teve a participação de 13 mil inscritos, com 17.800 metros, sendo disputada em torno da Lagoa da Pampulha em Belo Horizonte, abre a temporada dos Jogos Mundiais de verão da Rede Globo de Televisão, realizada pela própria emissora.
- Meia Maratona do Rio é a principal corrida de Rua do Rio disputada ao nível do mar. Em um trajeto praticamente plano, a corrida reúne atletas de destaque do Brasil e do exterior; e em na edição de 2011 teve 15 mil inscritos.

- Corrida Internacional de São Silvestre, considerada a principal prova de rua da América Latina, teve em 2011 o seu recorde de participantes de todas as edições: cerca de 25 mil. São 15 quilômetros pelas ruas e avenidas de São Paulo.
- Corrida Rústica de Duque de Caxias, a corrida mais importante no quesito tradição, acontece todo ano na cidade de Salvador. Sendo promovida pela Escola de Formação Complementar do Exército e Colégio Militar de Salvador, seu objetivo é incentivar a prática da corrida de rua, dentro do mais sadio consagrado entre civis e militares nas comemorações da Semana do Soldado. (CLUBE DAS CORRIDAS, 2010).

De acordo com o Presidente da Federação Baiana de Atletismo, em entrevista roteirizada, Salvador é a segunda cidade em números de atletas cadastrados. Estima-se que a quantidade de inscritos seja de 2.500, ficando atrás apenas de São Paulo com 3.000; e sendo seguida pelo Rio de Janeiro, com 700 cadastrados.

Ainda assim, as corridas em Salvador não têm a notoriedade das grandes competições como São Silvestre (São Paulo) e a Meia Maratona (Rio de Janeiro); ambas com forte marketing e apoio do governo.

Portanto, observa-se que os eventos de corrida de rua no Brasil, principalmente na região sudeste, mobilizam grande quantidade de pessoas para participação. Esse deslocamento pode ser refletido em uma relação com o turismo, que tem seus conceitos apresentados no próximo capítulo.

4 TURISMO - ATIVIDADE URBANA

Para melhor entendimento da relação da corrida de rua com o turismo, faz-se importante a explicação do mesmo.

O turismo como atividade econômica se desenvolveu com a Revolução Industrial no século XIX, quando houve uma melhoria no padrão de vida e o surgimento da classe média que, devido às melhores condições de vida e ao aumento salarial, podia pagar por entretenimentos e viagens de turismo.

O crescimento acelerado dos grandes centros transforma a vida dos cidadãos em um caos urbano, fazendo com que sintam a necessidade de buscar locais tranquilos que ofereçam atrativos naturais, prazer e descanso em busca da qualidade de vida, fazendo-se necessário viajar.

Para a Organização Mundial de Turismo (2001, p 23), o conceito de turismo “compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Pereira (2007) apresenta o turismo como atividade que envolve o deslocamento de pessoas de um lugar para o outro, envolvendo fatores psicológicos, que seriam desde uma simples fuga, passando pela concretização de um sonho ou fantasia, até simplesmente a recreação, o descanso e incluindo ainda inúmeros interesses sociais, históricos, culturais e econômicos.

Oliveira (2002) aborda no conceito de turismo uma gama de aspectos de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural produzidos em uma localidade, decorrentes do relacionamento entre visitante com os locais visitados durante a presença temporária de pessoa que se desloca de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea.

Nos estudos relacionados é possível compreender diversificações na conceituação do turismo. Os conceitos apresentados dão destaque ao deslocamento de pessoas de seu lugar habitual; abordam as diferentes características para a atividade, o que é importante classificar, visto que a prática da corrida de rua é capaz de deslocar participantes de uma localidade para outra, os quais passam a utilizar o setor de serviços turísticos.

O setor de serviços turísticos tem crescido nos últimos tempos, envolvendo o consumo efetuado fora do local de domicílio, estando dividido entre a procura, pessoas com renda disponível para viajar, e oferta, um núcleo receptor dotado de infraestrutura de

equipamentos, de bens e de serviços que atendam aos viajantes em seu período de deslocamento. (OLIVEIRA, 2002).

Para a Organização Mundial do Turismo (2001), a atividade turística é um conjunto de elementos inter-relacionados que se distinguem em quatro, conforme Quadro 2:

Elementos da atividade turística	
Elementos	Classificação
Demanda	Conjunto de consumidores
Oferta	Conjunto de produtos
Espaço Geográfico	Base física na qual se encontram a oferta e a demanda
Operadores de mercado	Empresas e organismos que facilitam a inter-relação entre oferta e demanda

Quadro 2: Elementos da atividade turística
Elaboração: Andrade; Pereira, 2012.

Dentre os elementos da atividade turística, pode-se destacar a oferta e a demanda que juntas caracterizam o mercado turístico. A oferta pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que constituem a matéria-prima da atividade turística. Ela é constituída pelos bens e serviços à disposição dos consumidores, que provocam a influência dos turistas. Já a demanda constitui-se nos próprios turistas, que se deslocam em busca de locais e produtos a serem consumidos. Por fim, o mercado turístico é o local em que a oferta e a demanda se encontram para as trocas comerciais, graças aos atrativos turísticos (lugar, objeto de acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento a fim de conhecê-lo). (BENI, 1998; OLIVEIRA, 2002).

Para tanto, as empresas buscam novos caminhos para o mercado turístico a partir da mudança de postura dos consumidores. Com isso faz-se necessária a segmentação de mercado, baseando-se na ideia de que a demanda por turismo raramente é distribuída por igual entre todos os indivíduos de uma população. (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009).

É preciso que cada local defina as características turísticas, as quais se enquadram de acordo com o potencial da região. São diversos os tipos de turismo praticados no mundo, tornando essa atividade uma grande opção de desenvolvimento, sendo necessária sua segmentação para fins de planejamento.

4.1 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO TURISTICO

A segmentação do mercado turístico é utilizada para melhor compreender as exigências dos consumidores, as mudanças constantes e a competitividade do mercado. Para Brasil (2009a), a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado, a qual pode ser estabelecida a partir dos elementos de identidade da oferta.

Segundo Lovelock e Wright (2001 apud BRASIL, 2009a), “segmentar é dividir a demanda em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de clientes de outros segmentos.” Para Vaz (1999), a segmentação é a divisão do público em agrupamentos homogêneos, com uma ou mais referências mercadológicas relevantes.

Ansarah (2005, p. 285) acredita que a segmentação é um “fenômeno transcendental na evolução da atividade turística”. A autora ainda contempla que existe um “processo contínuo de segmentação da demanda turística, que determina a aparição de grupos (nichos) de usuários de serviços turísticos” e que estão reunidos de acordo com suas “características, preferências, nacionalidades, nível cultural, gosto e idiossincrasias e na experiência pelo viajar – cultura de viagem”.

Esses segmentos não são excludentes, uma vez que para se viajar vários são os fatores motivacionais. É importante segmentar o mercado turístico, em vista da gama de oferta e, contudo, direcionar o marketing de cada tipo de turismo: esportivo, de lazer, saúde, dentre os demais.

Com vista na importância do esporte como deslocador de pessoas para a prática em diferentes localidades, inferindo-se no mercado turístico, faz-se de fundamental relevância a análise da segmentação do turismo na vertente do esporte.

4.1.1 Turismo Esportivo

O turismo esportivo é uma atividade que busca compreender o deslocamento de pessoas interessadas em praticar alguma atividade física. Muitas são as motivações para que o homem saia da sua habitualidade e procure um destino turístico aliado à prática esportiva. Esse é um seguimento com grande potencial social e econômico; pensamento compartilhado por diversos autores, conforme citações a seguir:

Segundo Brasil (2006b), o “turismo esportivo é o segmento cujos programas são específicos para prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas sejam eles amadores ou profissionais”.

Segundo o Brasil (2003c), em seu Plano de marketing em 2003, poucos destinos oferecem tamanha quantidade e variedade de opções turísticas quanto o Brasil, que conta com uma oferta abrangente, estruturada para cinco grandes segmentos: Sol e Praia, Ecoturismo, Cultural, **Esportes** e Negócios e Eventos. Mesmo ganhando segmentação no plano, o esporte não é abordado pelo Ministério do Turismo do Brasil como segmentação em seus programas. Prova disso é a ausência da segmentação do Turismo Esportivo em seu site oficial, que até o momento da realização dessa pesquisa não foi abordado.

No plano em questão não foi identificado o Turismo Esportivo relacionado à modalidade corrida de rua, o que evidencia a necessidade de entendimento desse órgão para tal tema.

Em entrevistas roteirizadas, feitas durante a pesquisa para este trabalho, percebeu-se a inexistência da percepção da corrida de rua como atrativo turístico pelo Poder Público.

A BAHIAATURSA – Empresa de Turismo da Bahia, juntamente com a Secretaria de turismo do Estado da Bahia – SETUR, não possui programas de governo com planejamento voltado para expansão do turismo no seguimento esportivo, salvo quanto à Stock Car, alguns eventos náuticos, a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016 (BAHIA, 2011).

É necessário que o poder público se atente às potencialidades de desenvolvimento do turismo. Segundo Oliveira (2002, p. 68), “cabe ao poder público normatizar e organizar o mercado turístico, tomar iniciativa das ações”. Felling (1983 apud OLIVEIRA, 2002, p. 68), ainda confirma que “cabe ao poder público decidir: ou opta pelo seu papel de árbitro no desempenho do setor turístico; ou dilui sua atuação em empreendimentos parciais, que a médio e longo prazos inviabilizam a produção de turismo, por faltar-lhes consciência do assunto.”.

Em entrevista roteirizada a Vetor Turismo, foi possível identificar a ausência da visão dos órgãos municipais (em específico a SALTUR) sobre a corrida de rua como importância para o mercado turístico em Salvador. Visto que ao serem apresentados projetos dos eventos se mostra interessada, porém, não parte para a ação.

Apesar do não apropriação dos órgãos públicos, a modalidade corrida de rua é um fenômeno sociocultural capaz de motivar o Turismo Esportivo. Segundo Dallari (2009), “como eventos de caráter esportivo, as corridas de rua carregam muitos significados. Pessoas

se deslocam, nacional e internacionalmente [...]”. O hábito de viajar para a prática da corrida de rua é algo que vem crescendo no País e no mundo.

Toda essa repercussão não somente aumenta o interesse dos participantes, como estimula a prática ao esporte, conquista admiradores, transforma as competições esportivas em fatores de sociabilidade, promovendo o exercício físico, e ainda divulga as cidades que realizará o evento, ocasionando um impacto no turismo.

4.2 IMPACTO DA CORRIDA DE RUA NO TURISMO

A corrida de rua é capaz de mobilizar multidões e de fidelizar uma imensa quantidade de espectadores, atraindo a atenção de uma parte da população nacional e também mundial. Seu crescimento foi tanto que fez-se necessário recorrer aos serviços e aos conhecimentos do turismo, como será observado neste subcapítulo.

Inúmeras são as corridas pelo mundo. A quantidade de inscritos nesses eventos pode ser de grande extensão, a exemplo a Corrida Internacional de São Silvestre, em São Paulo - cerca de 25 mil participantes; e a Maratona de Nova York, com participação de aproximadamente 45 mil corredores (KAMEL TURISMO, 2012).

Com a veiculação desses eventos esportivos na mídia, principalmente a televisiva, os mesmos podem passar a ter maior notoriedade devido ao fato do poder da mídia em influenciar vários aspectos, inclusive o promocional. A publicidade desperta o interesse da população para a prática de esportes, assim como o desejo em participar das grandes provas. Essa veiculação tende a atrair mais competidores, além de divulgar as cidades receptoras, exemplos observados na Corrida Internacional de São Silvestre e na Maratona de Nova York.

Esses eventos são de grande relevância para o turismo, uma vez que muitos dos inscritos se deslocam de outros países ou cidades para a competição. Devido a isso, existem agências especializadas em pacotes de viagens para corridas de rua no mundo, a exemplo da Kamel Turismo, localizada no Rio de Janeiro, que há anos trabalha com turismo de corrida, realizando viagens para todas as grandes corridas nacionais e internacionais.

Dentre as principais corridas encontra-se a Maratona de Nova York - a mais popular do *World Marathon Majors*, circuito das maiores maratonas, a qual o número de interessados chega a se ser maior que o número de inscrições disponíveis. Na sua primeira edição, realizada em 1970, a prova contou com 127 participantes. Já em 2011, na sua 43ª edição, contou com 45 mil inscritos. Com a grandeza do evento fez-se necessária a existência de uma loteria para escolher os competidores. Porém, as inscrições também podem ser

garantidas se o atleta for sócio de alguma empresa apoiadora ou comprar pacotes elaborados por operadoras que possuam chancela com a organização das provas, a exemplo, no Brasil, da Kamel Turismo. (KAMEL TURISMO, 2012). (Fotografia 1)



Fotografia 1: Maratona de Nova York 2011.
Fonte: Desconhecida, 2011.

Para a exploração do turismo esportivo, oriundo da corrida de rua, é importante considerar os grupos de consumidores. Há os profissionais, compreendendo aqueles que atuam em competições de ranking, estando ligados a atividades programadas por associações e entidades representativas; e os esportistas amadores e diletantes, que praticam o esporte sem qualquer compromisso com agendas e competições. (VAZ, 1999, p.182-184).

Mais do que uma prática esportiva, a corrida de rua se caracteriza como um negócio tanto pelo lado da movimentação turística, quanto pelos investimentos feitos (patrocínios) para a sua realização. Esse evento movimenta a economia local por meio do fluxo turístico causado pela vinda dos participantes e apreciadores da modalidade, além dos seus acompanhantes. O que interfere nas reservas em redes hoteleiras, no treinamento do serviço de mão de obra e na movimentação econômica interna como um todo. Costa (2002, p. 32), afirma que “direta ou indiretamente, o turismo é a parte do tecido de diversos setores

econômicos, incluindo transporte, varejo, propaganda, esportes, material e equipamento esportivo, vestuário, alimentação e saúde.”.

Apesar de possuir um extenso calendário de corrida e de mobilizar turistas para a prática, como pode ser observado no próximo capítulo, Salvador ainda não possui destaque nas suas provas a nível nacional e internacional, como São Paulo, Nova York e demais cidades que realizam provas de grande extensão.

5 SALVADOR COMO PRODUTO TURÍSTICO

Salvador foi inicialmente projetada com o intuito de se transformar em uma cidade fortaleza. Durante mais de dois séculos foi a primeira capital do Brasil, quando por decreto foi destituída da hegemonia que desfrutava.

Muitos senhores de engenho instalaram-se na capital baiana, construindo belos sobrados residenciais que deram à cidade as características que até hoje mantém, típicas do período colonial brasileiro. Tais características, juntamente com outros fatores que serão apresentados mais à frente, torna a cidade um dos principais destinos turísticos do País.

Salvador já se constitui em um polo de grande atração turística. As belezas naturais, a arte barroca, as manifestações populares e folclóricas, o acervo cultural, os pratos típicos da cozinha afro-baiana e o povo hospitaleiro são alguns dos feitiços que encantam a todos. (PORTO, 1976).

O desenvolvimento do turismo na Bahia foi dividido em três fases, e Salvador concentra o maior número de investimentos. Segundo Bahia (2011), podem-se verificar estas fases conforme Quadro 4:

Saltos do Turismo na Bahia	
Fases	Períodos
Primeira fase	1934-1969 Construção da identidade turística e cultural, Salvador.
Segunda fase	1970-2006 Primeiro documento focado no planejamento para o turismo; implantação de infraestrutura de transporte, saneamento e comunicação, de parques hoteleiros e da promoção turística da Bahia; expansão do turismo para 10 zonas turísticas.
Terceira fase	2007-2016 Qualidade, inovação e integração econômica; criação da Secretaria de Turismo do Estado – SETUR, vinculada a BAHIATURSA, empresa de turismo da Bahia.

Quadro 5: Saltos do Turismo na Bahia.
Elaboração: Andrade; Pereira, 2012.

A criação da identidade turística cultural, seguida da implantação de infraestrutura e parques hoteleiros, teve Salvador como foco de investimentos. Com a formulação das políticas públicas projetadas pelo Governo para as atividades turísticas, a capacidade do turismo gerar novas oportunidades de negócios passou a representar importante foco de atuação da SETUR e da BAHIATURSA, as quais conduzem o processo de desenvolvimento.

Tal desenvolvimento em Salvador tem como principal foco de promoção a prática do lazer, devido aos patrimônios históricos, culturais e naturais que a cidade oferece. Tornando o percentual de lazer o maior entre os motivos para se viajar a cidade, representando 41,2%, segundo pesquisa ainda não divulgada, realizada em 2009, concebida pelo setor de pesquisas da Secretaria de Turismo do Estado da Bahia.

São diversas as motivações para se viajar. Toda ação voluntária envolve motivação e finalidade. Assim, quando as pessoas viajam é por algum motivo, o que implica na existência de uma causa e o que pressupõe alcançar um fim determinado. O motivo da viagem representa o estímulo inicial que põe em marcha todo o processo decisório posterior. (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2001).

Não faltam motivos para Salvador ser um dos destinos mais almejados do País entre os turistas brasileiros. De acordo com pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), em 2007, para identificar os lugares mais desejados no Brasil, foi perguntado se o entrevistado desejaria visitar algum destino turístico no País e qual seria. Os resultados foram separados em três níveis de acordo com a renda salarial dos entrevistados e a capital baiana ficou em terceiro lugar entre os mais “sonhados”. Como mostra Tabela 1:

Tabela 1: Destino mais desejado do Brasil, por Renda. (em %)

Cidades	Classe de Renda Mensal Familiar (%)			Total
	de 0 a 4 SM	de 4 a 5 SM	Acima de 15 SM	
Fernando de Noronha - PE	10,6	15	21,3	13,6
Fortaleza - CE	10,4	13,6	11,5	11,9
Salvador - BA	11,7	11,3	6,5	11
Rio de Janeiro - RJ	10,9	5,8	4,1	8
Natal - RN	3,5	5,8	7,2	4,9
Recife - PE	3,1	4,1	3,2	3,5
Porto Seguro - BA	3,1	3,6	1,9	3,2
Florianópolis - SC	2,5	3,2	3,4	2,9
Gramado - RS	2	2,9	4,3	2,6
Manaus - AM	2,2	2,7	4,6	2,6
São Paulo - SP	4,6	1,1	0,4	2,6
Ipojuca - PE	1,8	2,5	2,9	2,2
Maceió - AL	1,2	2,5	3,2	2
Aparecida - SP	3,2	0,7	0,3	1,9
Foz do Iguaçu - PR	1,8	1,8	1	1,7
Porto Alegre - RS	1,3	1,5	1,6	1,4
Brasília - DF	2,1	0,9	0,4	1,4
Curitiba - PR	1,1	1,4	1,2	1,3
Bonito - MS	0,7	1,4	2,1	1,2

Cidades	Classe de Renda Mensal Familiar (%)			(cont)
	de 0 a 4 SM	de 4 a 5 SM	Acima de 15 SM	Total
Belo Horizonte - MG	1,2	0,7	0,4	0,9
Outros	21	17,4	18,3	19,1
Total	100	100	100	100

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2007.

Em relação aos indicadores, Salvador é um dos destinos mais desejados pelos turistas (11%), devido ao fato de a cidade ser dona de um acervo histórico, cultural e natural, o que forma seu Patrimônio Turístico. Segundo Oliveira (2002, p 94), Patrimônio Turístico são os recursos utilizados para atrair visitantes, podendo ser classificados como natural ou proveniente da atividade humana.

Esses patrimônios serão classificados abaixo, tendo como fonte de informação SALTUR, (2010):

- Fatores Geográficos

Os fatores geográficos da cidade de Salvador classificados em números são: terceira maior metrópole brasileira; sexto maior Índice de Desenvolvimento Humano do Brasil e maior do Nordeste; unidade Territorial de 707 km²; temperatura média anual de 25,3 °C; e 51 km de praia urbana.

Esses fatores podem ser divididos em natural e criado pela atividade humana, como podem ser identificados logo abaixo:

a) Patrimônio Natural

Salvador é privilegiada com sol presente na maior parte do ano e com belas praias. A extensão dessas praias dá-se a partir da Praia de Boa Viagem até a Praia de Stella Mares, e entre elas outras praias compõem o litoral, como a Península de Itapagipe, com praias de águas mornas e tranquilas, areia fina e com um visual para o Centro da Cidade. A Praia do Porto da Barra, praia pequena e rodeada de arrecifes, com águas calmas e transparentes, faz parte do circuito do carnaval. A Praia de Ondina, em uma parte própria para o banho e em outra ideal para os surfistas (devido à ausência de arrecifes) é o último trecho por onde passam os trios no carnaval. Já a Praia de Amaralina é extensa e conta com

quiosques de baianas. Por fim, a Praia de Itapuã possui areias limpas e brancas, além de formações rochosas e piscinas naturais próprias para o banho.

Além das praias, Salvador possui parques florestais, jardim botânico, zoológico, reservas de Mata Atlântica preservadas, Áreas de Proteção Ambiental e a segunda maior baía navegável do mundo, a Baía de Todos os Santos - perfeita para atividades náuticas.

b) Patrimônio criado pelas ações humanas

Salvador conta com um Patrimônio Histórico, tombado pela UNESCO, o Centro histórico ou Pelourinho, como é mais conhecido. Esse é o ponto turístico mais famoso da cidade, admirado por suas ruas estreitas, repleto de bares, restaurantes típicos, pousadas, hotéis e albergues para abrigar seus apreciadores.

O Centro histórico é o palco de arte e cultura da cidade. Ele reúne o maior acervo barroco existente fora da Europa, com quase 800 imóveis do século XVII a XIX restaurados, além de diversidades culturais e religiosas misturadas pelas praças, na Fundação Jorge Amado, nos museus, nas igrejas, nos terreiros, nas músicas e nas manifestações populares.

Outros patrimônios que se encontram na cidade são o Dique do Tororó, lagoa com 110 mil metros quadrados decorada com esculturas de orixás; o Contorno do Comércio, onde o antigo e o novo se misturam, reunindo o Solar do Unhão e o museu de Arte Moderna; sem esquecer do Elevador Lacerda, do Parques Esculturas e do Mercado Modelo - escolhido pelos turistas para comprar lembranças, dentre elas rendas, berimbaus e todo tipo de artesanato. Há ainda a Igreja Nossa Senhora da Conceição da Praia e o Forte São Marcelo, envolvido pela Baía de Todos os Santos; a Península de Itapagipe, onde se encontram as Igrejas do Bonfim, da Penha e a da Boa Viagem; o Memorial Irmã Dulce; o Forte Monte Serrat e a ponta do Humaitá, além de solares e casarões seculares.

As ruas do Centro Histórico, os museus e as igrejas da cidade abrigam um rico patrimônio histórico e cultural herdados dos indígenas, africanos e europeus. Herança que também se faz presente na gastronomia e nos costumes de um povo diversificado. Em Salvador as religiões e crenças se misturam, indo do catolicismo ao candomblé. A cidade tem as mais típicas manifestações culturais populares, a música tipicamente baiana, o Axé, as danças, a capoeira, o carnaval - mais expressiva festa de manifestação popular, com seis dias de folia espalhada em três circuitos (Batatinha, Dodô e Osmar), tudo isso fazendo de Salvador uma “Terra de Todos os Santos Encantos e Axé”.

5.1 AVALIAÇÃO DO PRODUTO TURÍSTICO SALVADOR COMO ATRATIVO NO SEGMENTO TURISMO ESPORTIVO – CORRIDA DE RUA

Por ser repleta de atrativos, tem-se isso como justificativa do desejo dos turistas em viajar para a capital baiana. De acordo com a pesquisa cedida pela SETUR da Bahia, a caracterização do turismo na cidade de Salvador, na segmentação de interesses de lazer, dá-se da seguinte forma, conforme Tabela 2:

Tabela 2: Segmentação dos interesses a lazer (em %) dos turistas a Salvador, 2009.

Interesses	Total
Atrativos Naturais	73,3
Patrimônio Cultural	17,3
Ecoturismo	2,3
Diversão Noturna	3,1
Turismo Étnico-afro	1,7
Esportes	0,3
Compras Pessoais	0,3
Outros	1,1
Total	100

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2012.

Diante dos principais interesses de lazer que motivam os turistas a viajarem para Salvador, o segmento esportivo ainda representa baixo percentual, de 0,3%, sendo observado o fato da cidade ainda ter muito que trabalhar para que seja possível despontar como desejo dos turistas esportistas.

Não é por acaso que os locais para a realização dos eventos de corrida de rua são destinos turísticos, devido ao fato da atratividade ser utilizada como motivação para o deslocamento dos competidores. De acordo com Vaz (1999, p 48), “o produto turístico é um conjunto de benefícios que o consumidor busca em uma determinada localidade e que são usufruídos tendo como suporte estrutural um complexo de serviços oferecidos por diversas

organizações.”. Com isso, Salvador tem potencial para alavancar mais esse segmento turístico.

Segundo Rodrigues (2011, p. 28), a inclusão de Salvador nos circuitos nacionais de corrida de rua são motivo e reflexo do crescimento da modalidade na Bahia. As corridas sempre aconteceram, algumas até tradicionais, porém somente com o olhar do mercado por trás da modalidade e na procura progressiva da qualidade de vida começaram a ser transformadas em um negócio.

O número de corridas de rua que acontecem na cidade tem sido expressivo. Com um calendário extenso, com provas durante todo o ano e em praticamente todos os meses. Conforme indicado na Tabela 3:

Tabela 3: Quantidade de corridas de rua entre 2010 e previsões para 2012 - Salvador

Meses	Quantidade de corridas conforme calendário – Federação Baiana de Atletismo (FBA)			
	2010	2011	2012	Total/mês
Jan	1	1	1	3
Fev	2	1	0	3
Mar	3	2	4	8
Abril	3	3	4	10
Mai	3	2	4	9
Jun	1	1	3	5
Jul	3	5	4	12
Ago	5	3	3	11
Set	3	3	6	12
Out	2	5	3	10
Nov	6	6	6	18
Dez	3	3	4	10
Total/ano	35	35	42	111

Fonte: Federação Baiana de Atletismo – FBA

Elaboração: Andrade; Pereira, 2012.

Nota-se um aumento na quantidade de corridas previstas para o ano de 2012, com 42, um acréscimo de sete corridas nos últimos três anos, sendo que esses valores ainda podem ser alterados, uma vez que a publicação do calendário até o presente momento da pesquisa ainda se classificava como uma prévia, e não como definitiva.

As corridas de rua na cidade existem e tem uma quantidade expressiva no seu calendário. Essas corridas apresentam números elevados de inscritos. Foram escolhidas algumas delas, realizadas pela Vetor Esportes (uma das principais empresas responsáveis por corridas de rua na cidade de Salvador), no ano de 2011, as quais podem ser analisadas na Tabela 4:

Tabela 4: Principais corridas realizadas em Salvador (2011) – Vetor Esporte

Provas	Inscritos (n°)	Gênero (%)		Outras cidades (%)	Faixa etária (Média de anos)
		Mas	Fem		
Circuito das Estações - Outono SSA	4750	62	38	16	34
Night Run SSA	5000	54	46	21	28
Circuito das Estações – Inverno SSA	4750	59	41	11	33
Circuito das Estações – Primavera SSA	5000	60	40	14	37
Eco run – SSA	4000	59	41	13	34
Circuito das Estações – Verão SSA	5000	58	42	12	36

Fonte: Vetor Esportes, 2012.

Observa-se uma quantidade notória de participantes nas corridas da capital, com números de inscritos acima de quatro mil por corrida, subdivididos em gênero, origem, e média de faixa etária. A porcentagem de turistas tem representação significativa dentre os competidores, entre 11% a 21%.

Foi constatado durante a pesquisa, que a cidade possui condições para corridas com grande número de participantes, para isso deve-se haver divulgação para que a corrida ganhe destaque. Declaração do medalhista olímpico, Vanderlei Cordeiro de Lima, sobre Maratona da Bahia confirma essa capacidade, o qual afirmou que "uma prova que largou 7 horas da manhã, com 3,5 mil competidores, com certeza, se abrir pra 5, 8 ou 10 mil vai ficar repleto".

No entanto o alto custo para a promoção da corrida tem tornado tímido esse crescimento. Em entrevista roteirizada a Vetor esportes, foram incisivas as afirmações no que dizem respeito ao prejuízo para seus organizadores caso a corrida não atinja proporção desejada de inscritos. Devido a isso o crescimento das corridas se faz gradativo, havendo a necessidade de divulgação e conhecimento da prova para que haja maior investimento para o aumento no número de inscrições disponíveis.

5.1.1 Corridas de Rua – Assessorias e espaços para a prática

Espaços são o que não faltam para a prática da corrida de rua em Salvador, tanto para a realização de provas da modalidade, quanto para serem utilizados em treinamentos. Alguns desses locais podem ser observados no Quadro 3:

LOCAIS PARA CORRER EM SALVADOR	
Local	Distância
Barra-Ondina	9.30 km
Barra- Rio Vermelho	10 Km
Barra – Jardim de Alah	10.06 Km
Pituba	8.61km
Jardim de Alah	10 km

Quadro 3: Locais para correr em Salvador
Elaboração: Andrade; Pereira, 2012.

Os espaços na cidade dedicados à malhação têm papel fundamental na multiplicação de corredores. Dentre os locais para correr a Orla da Barra é um dos mais requisitados, ao andar por ela nota-se que o fluxo de praticantes é perceptível. (Fotografia 2)



Fotografia 2: Percurso com apelo turístico – Barra.
Fonte: Andrade; Pereira, 2012.

Não se sabe precisamente como a onda de corrida de rua começou a se formar. Seja pela limitação de tempo, pelo cenário repetitivo ou simplesmente pela necessidade de elevar o nível de condicionamento, muitas pessoas migram da esteira para o asfalto. Devido a isso as academias têm investido na prática da corrida de rua, tornando incessante o aumento

no número de clubes de corridas na cidade. Em 2011, já contava com 75 clubes de corridas. (RODRIGUES, p. 29, 2011).

Dentre os clubes de corridas de Salvador tem-se a Corpus Vilatte, Nixon Fernandes, Clube Equilibrium, Personal Club, Sport Run Club, Pista livre, Triação dentre diversos outros.

Segundo Morgan e Summers (2008, p. 43), “compreender o impacto dos clubes esportivos e a forma como suas atividades influenciam sua organização é um aspecto também importante.”. Os objetivos dos clubes de corridas são estimular a prática, preparar a participação em competições, aprimorar o condicionamento físico, oferecer acompanhamento de nutricionistas, psicólogos, massagistas, como também parcerias com academias, lojas e laboratórios. Além de dar suporte ao atleta durante a competição, Fotografia 3:



Fotografia 3: Suporte de assessoria durante competição.

Fonte: Andrade; Pereira, 2012.

Vale ressaltar que tais assessorias estão contribuindo com o processo de amadurecimento e profissionalização desse mercado, além de orientar os treinos e organizar provas.

Conveniente ao processo de amadurecimento da modalidade, Salvador dispõe de diversas provas, provenientes também dos espaços adequados, como foi dito no início desse subcapítulo. Diversas são as competições realizadas, sendo elas vinculadas a eventos oficiais da FBA, CBA ou Comitê Olímpico Brasileiro - COB. Algumas das principais corridas apoiadas pela FBA podem ser observadas no seguinte Quadro 5:

Calendário FBA – 2012 (Salvador): Principais corridas				
Data	Evento	Promoção/ Realização	Local de largada	Vinculação
12/01	Corrida Sagrada 2011	FBA	Cidade Baixa	FBA
25/03	Circuito das Estações – Etapa Outono Salvador – 5 e 10 km	VETOR Esportes	Jardim de Alah	Permit - FBA
15/04	Circuito Nordeste de Corrida de Rua TV Aratu 1ª Etapa	TV Aratu	Farol da Barra	Permit - FBA
29/04	XXXVIII Corrida Rústica Tiradentes – 10 km	Polícia Militar/FBA	Clube dos Oficiais da Polícia Militar da Bahia	FBA
26/05	Fila Night Run – Etapa Salvador 5 e 10 km	VETOR Esportes	Praia de Patamares	Permit - FBA
17/06	Circuito 10 MILHAS SSA	VETOR Esportes	A definir	Permit - FBA
24/06	Circuito de Corridas da CAIXA Etapa Salvador	HT Sports Marketing	A definir	Permit - FBA
08/07	Corrida do Fogo – 8 km Corpo de Bombeiros	PM/FBA	Brotas	FBA
15/07	7ª Corrida da Independência da Bahia – 5 e 10 Km	TV Aratu	A definir	Permit - FBA
22/07	Meia Maratona da Bahia Caixa	LATIN SPORTS / Correio da Bahia	Jardim dos Namorados	Permit - FBA
05/08	Corrida Criança Esperança	YESCOM / Rede Globo	Farol da Barra	Permit - FBA
12/08	Circuito das Estações – Etapa Inverno Salvador – 5 e 10 km	VETOR Esportes	Jardim dos Namorados	Permit - FBA
19/08	Track & Field Run Series Shopping Barra	LATIN SPORTS	A definir	Permit - FBA
09/09 Salva dor	Circuito Nordeste de Corrida de Rua TV Aratu 2ª Etapa	TV Aratu	A definir	Permit - FBA
15/09	ECORRIDA 30K, 15K e 10K – Etapa Salvador	YESCOM	A definir	Permit - FBA
30/09	Circuito das Estações – Etapa Primavera Salvador – 5 e 10 km	VETOR Esportes	A definir	Permit - FBA
07/10	Meia Maratona Farol a Farol	Personal Club / TV Aratu	Itapuã - Barra	Permit - FBA

Em entrevista não roteirizada a VETOR Esportes, foi descoberto que a concentração desses locais para a realização dos eventos, dá-se devido a inviabilidade da liberação da TRANSALVADOR em novos percursos, devido a dificuldade de trânsito. Sendo mais viável utilizar os circuitos mais tradicionais, em vista do fato de já ocorrer eventos do nível na localidade, facilitado acontecer novamente, principalmente pela estrutura do local, que já se faz conhecida.

5.1.2 Estrutura Organizacional – Iniciativa dos poderes públicos e privados

A estrutura organizacional é fundamental para que eventos possam ocorrer na cidade. Os órgãos governamentais tendem a produzir um efeito de fornecimento e de demanda; são responsáveis pelo estabelecimento das regras e regulamentações que regem o esporte, bem como pela assistência a essas organizações em assuntos como seguros, treinamento e treinamento de comando. Cabe ao poder público normatizar e organizar o mercado. (MORGAN; SUMMERS, 2008).

As participações dessa estrutura organizacional: poder público e iniciativa privada, na cidade de Salvador, podem ser analisadas em dados obtidos nos respectivos sites oficiais das organizações e em entrevistas roteirizadas ao longo da pesquisa, sendo as fontes utilizadas para as seguintes segmentações:

Órgão Estadual

- a) Superintendência dos Desportos da Bahia – SUDESB, instituição governamental responsável por fomentar o esporte no estado. O órgão tem como objetivos orientar, preparar, difundir e supervisionar a prática do esporte; dando apoio técnico e financeiramente ao esporte amador, promovendo a realização de competições esportivas, dentre outras finalidades e competências.

Tem programas como FazAtleta – Apoio financeiro aos atletas que buscam participar de competições de ranking sendo elas nacionais e internacionais.

No entanto, nas entrevistas roteirizadas, percebeu-se a inexistência de programas de políticas públicas que contemplem a corrida de rua no Estado.

Órgãos Municipais

- a) Secretaria Municipal da Educação, Cultura, Esporte e Lazer – SECULT, tem por finalidade executar as políticas de esportes, lazer e entretenimento. Com a incorporação da Coordenadoria de Esporte Lazer e Entretenimento na sua estrutura organizacional – COEL foi tido como finalidade o desenvolvimento de programas e projetos orientados para a inicialização e desenvolvimento de atividades físicas e esportivas.
- Esse órgão é utilizado como forma de interlocutor com os demais, pela sua fácil comunicação.
- A COEL dá o auxílio para a realização das corridas na cidade, que juntamente com o permit da Federação Baiana de Atletismo entram em acordo para a liberação do evento.
- Contudo, nas entrevistas roteirizadas não foi possível verificar programas que contemplassem a corrida de rua.
- b) Superintendência de Controle e Ordenamento do Solo – SUCOM, regula a utilização do espaço onde os patrocinadores expõem/colocam as propagandas.
- c) SESP- Secretaria de Serviços Públicos - SESP é a responsável pela autorização de qualquer evento a ocorrer na cidade que tenha impacto no espaço em comum da população. Para a corrida de Rua é necessário reunir outras licenças de acordo com os critérios de cada órgão.
- d) Empresa Salvador Turismo – SALTUR, segundo site oficial, fomenta as atividades turísticas, promovendo Salvador como destino nacional e internacional, oferecendo aos visitantes e à comunidade, infraestrutura e serviços, gerando emprego e renda para o Município. Contudo, assim como os órgãos estaduais ligados ao turismo, não participa dos eventos de corrida de rua na cidade, devido a falta de programa de governo na segmentação da corrida como potencialidade no turismo.
- e) Superintendência de trânsito e transporte do Salvador – TRANSALVADOR, é responsável pelo ordenamento do trânsito na cidade e se responsabiliza pela intervenção das ruas onde ocorrerá o percurso da corrida de rua, além de orientar os pedestres quando necessário. De acordo com a portaria número 205/2000, os horários das corridas devem ser pré-estabelecidos para que ocorram, por conta dos fluxos nas vias.
- f) A área responsável de eventos é o Setor de Operações Especiais (SEOPE), parte técnica que estuda a viabilidade dos eventos na cidade. Solicita aos organizadores das corridas que façam o comunicado para análise do processo com 20 dias antecedência.
- g) Secretaria de Saúde - dispõe de os postos de saúde no percurso da corrida.

Instituição

Federação Baiana de Atletismo - Filiada a CBAAt, que por sua vez é filiada ao IAAF. Segue os padrões nacionais e internacionais das regras de atletismo e responsabiliza-se pela parte técnica do evento, além de garantir a legitimidade dos resultados das provas.

Para a realização da corrida de rua é necessário que haja um *permit* assinado pela FBA. Isso indica que o evento se enquadra nas normas estabelecidas pela.

Para o acontecimento das provas, além do apoio público, é fundamental o incentivo das empresas privadas.

Empresas Privadas

Existem diversas estratégias de promoção de produto que precisam ser definidas, pois um destino é uma Marca e, portanto, precisa se relacionar com o público de seu interesse para se tornar conhecida e preferida.

A maneira mais imediata de percepção da utilização do marketing esportivo no mercado está em sua função como *merchandising*.

As empresas atrelam um de seus principais ativos no esporte com investimentos em eventos, atletas e propriedades esportivas. Segundo Dantas (2005), o *merchandising* é uma parte operativa do marketing que se traduz no perfeito ajustamento do produto, preço da comunicação, das vendas e da distribuição.

De acordo com Morgan e Summers (2008, p. 6), as atividades de marketing são usadas para ajudar os órgãos esportivos a atingir suas metas e seus objetivos corporativos e a se comunicar com seus diversos públicos. Sendo resumidas na aplicação dos quatro Ps (preço, produto, promoção e ponto de venda). Shank (2002 apud MORGAN; SUMMERS, 2008) afirma que o marketing esportivo “é uma aplicação específica dos princípios e processos de marketing aos produtos esportivos e ao marketing de produtos não-esportivos por meio de associação com o esporte.”.

Salvador já dispõe de alguns circuitos de corridas que trazem grandes patrocinadores, como a Brasken, Adidas, Perini, Bompreço, Banco Bradesco, Caixa Econômica Federal, Petrobrás, Gatorade e Powerade (bebidas energéticas) e a Centauro (loja de artigos esportivos). Além disso, a distribuição dos kits para as corridas geralmente é

realizada em uma dessas empresas patrocinadoras, o que ajuda a divulgar a marca até mesmo antes de a corrida acontecer.

Assim sendo, a participação das empresas privadas no incentivo ao esporte são geralmente de interesses de retorno financeiro, visto que com a divulgação da marca seus produtos se tornam conhecidos, aumentando suas vendas e conseqüentemente sua rentabilidade.

No estudo exposto é possível observar que Salvador apresenta potencialidades para fomentar a corrida de rua como mais um atrativo turístico, desde patrocínios empresariais, a atrativos turísticos e percursos adequados para a prática. Para tanto se deve haver um plano de governo que vise o desenvolvimento desse segmento na cidade.

6 CONCLUSÃO

O estudo realizado foi sobre as corridas de rua em Salvador, que teve como norteadora a seguinte pergunta: até que ponto a modalidade esportiva corrida de rua pode influenciar na atividade turística da cidade de Salvador?

Diante da pergunta acima, a corrida de rua mobiliza um grande número de participantes que buscam bem-estar, superação de limites e a própria competição em si. Com o deslocamento desses participantes para as corridas de rua em Salvador, junto podem vir familiares e equipes de assessorias esportivas; tudo isso implica no aumento do fluxo da reserva hoteleira e no consumo de bens e serviços turísticos da cidade.

Para que o número de participantes seja atrativo, os locais para a prática do exercício devem ser de apelo turístico, pois o praticante viaja não apenas pela competição, mas por um conjunto de fatores, como apreciar as diversidades turísticas oferecidas pela cidade. Não é, portanto, coincidência que as corridas de rua sejam em locais turísticos.

Diante dos resultados da pesquisa foi possível atingir o objetivo geral, pois se conseguiu evidenciar as estruturas de Salvador, tanto física quanto organizacional, oferecidas para a corrida de rua. Como atrativos turísticos, calendário de corrida extenso, circuitos consolidados e corridas patrocinadas por grandes empresas. O que fez possível classificar a cidade como fator motivacional no processo de decisão da escolha de destino para a prática de corridas de rua.

Ao longo da pesquisa, foi entendido que as corridas de rua podem ser um importante vetor para a difusão do turismo em Salvador, devido ao fato da cidade possuir um calendário anual de corridas extenso e atrativos turísticos, o que contribui para o desejo de escolha do destino.

Com relação à visão dos poderes públicos, nota-se uma lacuna na participação da organização de um plano de governo voltado para eventos esportivos, especificamente a corrida de rua. Percebendo-se, assim, a ausência tanto do poder estadual quanto municipal nas ações da organização desses eventos.

Com a pesquisa, também foi possível perceber a necessidade dos órgãos de turismo, como o Ministério do Turismo do Brasil, Secretaria de Turismo do estado da Bahia - junto com a BAHIATURSA, e da empresa de turismo da cidade, a SALTUR, em se debruçar para o segmento do turismo esportivo. É preciso que essas esferas públicas fomentem o esporte como captador de recursos, devido aos benefícios que podem trazer para o mercado

turístico, pois tem a capacidade de mobilizar uma gama de turistas, como foi identificado no objeto desse estudo, a corrida de rua.

A questão da corrida de rua como atrativo turístico constitui uma discussão ampla devido a sua relevância. Portanto, há possibilidades de se desenvolver estudos complementares que envolva a questão do impacto da corrida de rua no turismo e da potencialidade oferecida por Salvador para tornar o evento mais um atrativo turístico. Estudos visando a criação de parcerias entre o Poder Público e o privado possibilitam as avaliações e análises sobre a importância socioeconômica do esporte na cidade.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Fernanda; PEREIRA, Érica. [Percurso com apelo turístico – Barra]. 2012. Fotografia 2.
- _____. [Suporte de assessoria durante competição]. 2012. Fotografia 3.
- DESCONHECIDA. [Maratona de Nova York]. 2011. Fotografia 1.
- ANSARAH, Marília dos Reis. **Turismo e Segmentação do Mercado: Novos Segmentos**. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. 1. ed. São Paulo, SP: Roca, 2005. 285 - 287 p.
- BAHIA, Secretaria de Turismo. **Estratégia Turística da Bahia: O Terceiro Salto 2007-2016**, Salvador: Setur, 2011
- BAHIATURSA. [Principal trecho para corridas de rua em Salvador]. [201-].
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2 Ed, 1998.
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Secretaria de Políticas de Turismo – Conceitos básicos e apoio à comercialização de produtos segmentados**, Brasília: SEAD/ UFSC, 2009a.
- _____. **Segmentação do Turismo – Marcos Conceituais**. Brasília, 2006b.
- _____. **Plano Aquarela do Brasil – Marketing Turístico Internacional do Brasil**. Brasília, 2003.
- CARVALHEDO, Arianne. **Turismo Esportivo** In. DACOSTA, Lamartine Pereira (Org.). *ATLAS do esporte no Brasil: atlas do esporte, Educação Física e atividades físicas de saúde e lazer no Brasil*. Rio de Janeiro: Shape, 2005.
- DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing descomplicado**. Brasília: SENAC, 2005.
- COLLI, Eduardo. **Universo Olímpico – Uma enciclopédia das Olimpíadas**. São Paulo: Códex, 2004.
- CLUBE DAS CORRIDAS. 38ª Corrida de Duque de Caxias. 2010. Disponível em: <<http://www.clubedascorridas.com.br/events/38-corrída-duque-de-caxias>>. Acesso em 21 de março 2012.
- DALLARI, Martha Maria. *Corrida de rua: um fenômeno sociocultural contemporâneo*. São Paulo: USP, 2009. Tese de doutorado pela Universidade de São Paulo.

- FERNANDES, José Luis. **Atletismo: corridas**. 3. Ed. Ver. São Paulo: EPU, 2003.
- FUNDAÇÃO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. Pesquisa Turismo Receptivo Bahia, Salvador: Setur/Dpee, 2009.
- FREIRE, Marcus Vinicius; RIBEIRO, Deborah. **Ouro Olímpico: a história do marketing dos aros**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.
- KAMEL TURISMO. **Maratona de Nova York**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em : <<http://www.kamelturismo.com.br/index.php/2012/03/maratona-de-nova-york-2/>> Acesso em 18 de março 2012
- MAQUINA DO ESPORTE. Pesquisa revela o perfil do corredor de rua brasileiro, São Paulo: Máquina do Esporte, 2010. Disponível em: <<http://www.maquinadoesporte.com.br/i/noticias/marketing/17/17226/Pesquisa-revela-perfil-de-corredor-de-rua-brasileiro/index.php>>. Acesso em 20 março 2012.
- MATHIESEN, Sara Quenzer. Corridas: Atletismo I. São Paulo: Odysseus Editora, 2007.
- MORGAN, Melissa Johnson; SUMMERS, Jane. **Marketing Esportivo**. São Paulo: Thomson, 2008
- NEITZ, Katie McDonald. **Guia runner's World de Corrida de Rua: Como treinar para provas de 5km, 10 km, meia-maratona e maratona**. São Paulo: Editora Gente, 2010.
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento – Planejamento e Organização**. São Paulo: Atlas, 4 Ed, 2002.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Introdução ao Turismo. Tradução Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.
- PAIOLI. Caetano Carlos. Brasil Olímpico.[s.l][s.n][19--].
- PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marilia (Editores). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2009. 547p.
- PEREIRA. Túlio Garcia. Eventos esportivos e sua influência no contexto social. Belo Horizonte: UFMG, 2009. Trabalho de conclusão do curso Educação Física na Universidade Federal de Minas Gerais.
- PERNISA, Hamlet. Atletismo: desporto de base. Juiz de Fora:Gráfica SET, 1980.

PORTO FILHO, Ubaldo Marques. **Turismo realidade baiana e nacional**. Salvador: Cepae, 1976.

RODRIGUES, Alan. Haja Corrida na Bahia – E vem mais por ai, **Correio da Bahia**, Salvador, 6 de set 2011, Meia Maratona da Bahia Caixa, p. 28.

_____. Clubes viraram febre, **Correio da Bahia**, Salvador, 6 de set 2011, Meia Maratona da Bahia Caixa, p. 29.

_____. Primeira vez foi aqui, **Correio da Bahia**, Salvador, 6 de set 2011, Meia Maratona da Bahia Caixa, p. 31.

EMPRESA SALVADOR TURISMO. **7 pontos mágicos**. Salvador, 2010. Disponível em: <<http://www.visitsalvadorbahia.com/home.php>>. Acesso em: 20 mar. 2012.

SANTOS, Ayrton Ferreira dos. **Porque correr**. Salvador: Bueau Gráfica e Editora Ltda, 1979.

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS. **Atletismo: Regras Oficiais**. [s.l]. Mec. 1984.

TURCO, Benê. **Fique por dentro** – Esportes olímpicos. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2006.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico: Receptivo e emissor** – um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira, 1999.

APÊNDICE A – Roteiro de perguntas

a) SUDESB:

Programas para esporte

Quais modalidades em destaque

programa específico para corrida de rua

Contribuição na corrida de rua da cidade

b) Federação Baiana de Atletismo

Principais corridas de rua

Permit

Principais circuitos

Numero de participantes

Como a instituição atua nas competições de corrida de rua

Como são feitas as inscrições dos participantes na corrida de rua

c) TRANSALVADOR

Atuação do órgão nos eventos corridas de rua

d) Vetor Esportes

Organização

Quantidades

Turismo

Empresas de turismo

Patrocínio

Circuitos

Perfil dos corredores

Poder público

e) COEL

Participação nas corridas de rua

Programa

Contribuição

Turismo

f) Agência de Viagens Tritour

Corrida de rua e turismo

Salvador

Pacotes

Serviços

ANEXO A - Permit FBA