

A falácia da Hospitalidade: quem cuida do anfitrião em megaeventos esportivos?

Elizabeth Kyoko Wada
Liliane Amikura

RESUMO

Os megaeventos esportivos criam fluxos de viajantes nacionais e internacionais com diferentes objetivos e perfis: atletas e equipes técnicas; dirigentes e representantes de organismos ligados às modalidades do evento; familiares e amigos dos atletas; torcedores e amantes de esportes; patrocinadores e convidados dos mesmos; participantes de grupos de incentivo; imprensa; equipes técnicas de transmissão, audiovisual, instalação de equipamentos; pesquisadores de áreas afins à realização do encontro; artistas e profissionais de entretenimento que trabalham nos eventos paralelos, como as *fanfests*; autoridades e comitivas dos países dos atletas; manifestantes de causas diversas, enfim, há vários segmentos de Turismo a serem atendidos quando da realização de campeonatos mundiais de modalidades populares como o futebol ou encontros como as Olimpíadas e Paraolimpíadas. No Brasil, eventos recentes como a Copa do Mundo em 2014, a realização anual da Fórmula 1, os Jogos Militares, as Olimpíadas Rio 2016 e mesmo eventos que não são ligados a esportes como a Jornada Mundial da Juventude permitem levantar a problemática: Por que a comunidade local brasileira, considerada hospitaleira em seu cotidiano, não consegue transpor essa característica para sua atuação profissional na recepção de visitantes nacionais e estrangeiros? As proposições a considerar são: (P1) Apesar de representar um *stakeholder* primário, a comunidade local carece de legitimidade, urgência e poder em sua inserção nas decisões de ações de Turismo em megaeventos; (P2) A população local não se sente inserida no megaevento, ou seja, não se estabelece uma relação de hospitalidade entre os entes organizadores e a comunidade local; (P3) O Japão, em contrapartida, ao resgatar o conceito de *omotenashi* (espírito japonês da hospitalidade) como principal conceito para a escolha como sede para as Olimpíadas 2020, trouxe a comunidade local como principal atrativo para os visitantes daquele megaevento. A presente pesquisa objetiva compreender as relações de hospitalidade e hostilidade da comunidade local e visitantes durante a realização dos megaeventos Copa 2014 (dados coletados) e Olimpíadas 2016, bem como a proposta do Japão e as aplicações do conceito de *omotenashi* como elemento de competitividade daquela nação. Os procedimentos metodológicos são o levantamento bibliográfico em português, inglês e espanhol, de artigos em periódicos publicados em 2010 e em 2016; categorização para acompanhamento e sistematização de notícias nos portais Uol e G1 durante o período de realização da Copa do Mundo 2014 (dados coletados à época) e das Olimpíadas 2016, replicando método utilizado em pesquisa durante a Copa 2014.

Palavras-chave: Megaeventos, hospitalidade, hostilidade, *stakeholders*, *omotenashi*.

ABSTRACT

The fallacy of Hospitality: who takes care of the host in sports mega-events?

The sports mega-events attracts domestic and international travelers with different aims and profiles: athletes and technical teams; managers and athletes' friends; fans and sports' lovers; sponsors and guests; incentive group participants; press; technical transmission team; audiovisual & equipment installation; researchers in the related areas of the event; artists and entertainment professionals who work in side events as *fanfests*; authorities and countries' Sporting delegations; protestors of various causes, there are many tourism segments to take care in popular events such as the World Cup, Olympics or Paralympics. In Brazil, recent events like the 2014 World Cup, the annual Formula 1, Military Games, the Olympics Rio 2016 and even the events that are not related to sports like the World Youth Day support the research question: Why the Brazilian local community, considered hospitable as individuals, are unable to extend this positive attribute to the professional activities, while hosting national and international visitors? The propositions to consider are: (P1) Besides representing a primary stakeholder, the local community lacks legitimacy, urgency and power in the decision-making process; (P2) The local population does not feel integrated in mega events; in other words, there is not a hospitality relationship between event organizers and the local community; (P3) Japan retrieved the concept of *omotenashi* (spirit of the Japanese hospitality), as the cornerstone to host 2020 Olympics, bringing the local community as the basis to justify a trip to that country. The present research aims to understand the hospitality and hostility relations between the local community and visitors during the 2014 World Cup (data collected during that event) and 2016 Olympic Games, as well as the Japanese proposal and the usage of the *omotenashi* concept as a key competitiveness element of that nation. The methodological procedures used were a bibliographic search of articles in Portuguese, English and Spanish published between 2010 and 2016; categorization of the key concepts in order to classify news found in UOL and G1 portals during the 2016 Olympic Games, repeating the method employed in a similar research during the 2014 World Cup.

Key words: Mega events, hospitality, hostility, stakeholders, *omotenashi*

RESUMEN

La falacia de la hospitalidad: ¿quién se encarga del anfitrión en mega eventos deportivos?

Los grandes eventos deportivos crean flujos con diferentes objetivos y perfiles de viajeros nacionales e internacionales: atletas y personal técnico; líderes y representantes de organizaciones vinculadas a las modalidades deportivas; amigos de los atletas y la familia; aficionados y amantes de los deportes; patrocinadores e invitados de los mismos; participantes de grupos de incentivos; prensa; equipos técnicos de transmisión y audiovisuales; investigadores de áreas relacionadas con el evento; artistas y profesionales del entretenimiento que trabajan en los eventos paralelos, como *fanfests*; autoridades y delegaciones de los países de los atletas; manifestantes de diversas causas, o sea, hay varios segmentos de turismo para recibir cuando se realizan campeonatos del mundo de los deportes populares como el fútbol o encuentros como los Juegos Olímpicos y Paralímpicos. En Brasil, los últimos eventos como la Copa del Mundo en 2014, la Fórmula 1 realizada a cada año, los Juegos Militares, las Olimpiadas Río 2016, e, incluso, eventos que no están relacionados con deportes como el Día Mundial de la Juventud, permiten plantear la cuestión central de la investigación: ¿Por qué la comunidad local de Brasil, considerado hospitalaria en su vida diaria, no puede implementar esta característica para su desempeño profesional en la recepción de visitantes nacionales y extranjeros? Las proposiciones a considerar son: (P1) A pesar de representar un *stakeholder* primario, la comunidad local carece de legitimidad, urgencia y poder en las decisiones sobre mega eventos; (P2) La población local no se siente parte del mega evento, es decir, no se establece una relación de hospitalidad entre los organizadores y de la comunidad local; (P3) Japón, sin embargo, rescató el concepto de *omotenashi* (espíritu de la hospitalidad japonesa) como principal elemento para tener los Juegos Olímpicos en 2020 en aquel país. Esta investigación tiene como objetivo comprender las relaciones de hospitalidad y de hostilidad de la comunidad local y los visitantes durante la realización de mega eventos Copa del Mundo 2014 (datos recogidos durante su realización) y Juegos Olímpicos de 2016, así como el concepto *omotenashi* de Japón como el elemento de competitividad. Los procedimientos metodológicos fueron la revisión de literatura en Portugués, Inglés y Español, con artículos científicos publicados entre 2010 y 2016; categorización para el seguimiento y sistematización de noticias en portales UOL y G1 durante el período de los Juegos Olímpicos de 2016. Utilización del mismo método de investigación preparado para la Copa 2014.

Palabras clave: Mega eventos, hospitalidad, hostilidad, *stakeholders*, *omotenashi*

INTRODUÇÃO

Em 2 de outubro de 2009, na cidade de Copenhague, Dinamarca, foi realizada a 121ª Sessão do Comitê Olímpico Internacional para definir a cidade-sede dos jogos olímpicos de 2016. Após eliminação de Chicago e Tóquio, Madri e Rio de Janeiro disputaram a final e com mais de 2/3 dos votos, a cidade brasileira foi contemplada.

A escolha foi acirrada e muito festejada entre os responsáveis e torcedores, já que é a primeira vez que os jogos olímpicos teriam sede na América do Sul. Esta foi uma das justificativas do Rio de Janeiro para convencer os jurados, além de que na época o país passava por um momento econômico positivo, como discursou na apresentação o ex-presidente Lula: "Os Jogos Olímpicos no Rio serão inesquecíveis, pois estarão cheios de magia e da paixão do povo brasileiro".

O discurso de Lula e o projeto do Rio de Janeiro comoveram os membros do Comitê Olímpico Internacional e que com a vitória teria a oportunidade de mostrar o amadurecimento do Brasil após os erros cometidos nos Jogos Pan-Americanos de 2007, nos quais o Rio gastou além do orçado e não teria disponibilizado melhorias na rede de transporte, além de promover a imagem do Brasil como um forte destino turístico, captando recursos financeiros para o próprio país, bem como atraindo visitantes participantes ou não desta olimpíada, que ficaram encantados com a recepção de seus anfitriões.

Em grandes eventos como Jornada Mundial da Juventude e Copa do Mundo, os turistas manifestaram interesse em voltar ao Brasil. De acordo com o Ministério do Turismo, os Jogos Olímpicos foram citados como motivação de retorno para 65% dos turistas da Copa.

Aos poucos a desconfiança sobre o Brasil em realizar megaeventos se dissipou e com isso, a economia, o turismo, a cidade e o país são beneficiados, mas o papel do anfitrião é importante aos olhos do visitante para o ganho de competitividade em relação a outros destinos.

Em contrapartida, o exposto acima também gerou preocupação no acolhimento aos turistas, em virtude de acontecimentos como manifestações políticas e até práticas embrionárias de terrorismo.

Diante dos pressupostos abordados acima, as autoras deste artigo realizaram pesquisa e levantamento bibliográfico, no período de 5 de julho a 21 de agosto de 2016, a fim de testar as proposições e propor estudos sobre a falácia da hospitalidade, no cuidado do anfitrião em megaeventos esportivos.

Problema de pesquisa e objetivo

No Brasil, eventos recentes como a Copa do Mundo em 2014, a realização anual da Fórmula 1, os Jogos Militares, a proximidade de Rio 2016 e mesmo eventos que não são ligados a esportes como a Jornada Mundial da Juventude permitem levantar a problemática: Por que a comunidade local brasileira, considerada hospitaleira em seu cotidiano, não consegue transpor essa característica para sua atuação profissional na recepção de visitantes nacionais e estrangeiros?

As proposições a considerar são: (P1) Apesar de representar um *stakeholder* primário, a comunidade local carece de legitimidade, urgência e poder em sua inserção nas decisões de ações de Turismo em megaeventos; (P2) A população local não se sente inserida no megaevento, ou seja, não se estabelece uma relação de hospitalidade entre os entes organizadores e a comunidade local; (P3) O Japão, em contrapartida, ao resgatar o conceito de *omotenashi* (espírito japonês da hospitalidade) como principal conceito para a escolha como sede para as Olimpíadas 2020, trouxe a comunidade local como principal atrativo para os visitantes daquele megaevento.

A presente pesquisa objetiva compreender as relações de hospitalidade e hostilidade da comunidade local e visitantes durante a realização dos megaeventos Copa 2014 (dados coletados) e Olimpíadas 2016, bem como a proposta do Japão e as aplicações do conceito de *omotenashi* como elemento de competitividade daquela nação.

Revisão Bibliográfica

Os megaeventos são para Roche (2000) eventos de larga escala cultural (incluindo comercial e esportiva) que possuem um apelo da massa popular e um significado internacional. São organizados pelo governo nacional e organizações internacionais não governamentais, além de empresários e sociedade civil.

Estes tipos de eventos são amplamente veiculados pela mídia nacional e internacional e são assistidos pelo público de diversas faixas etárias e ao redor do mundo, pois envolvem um grande número de participantes de diferentes nações e que, apesar do longo tempo de preparação necessário, ocorrem em um curto período.

Normalmente ocorrem grandes investimentos em infraestrutura (HALL, 2006) e geram um impacto social e ambiental significativo nas cidades, regiões e países anfitriões antes e depois de sua efetivação (MALFAS; THEODORAKI; HOULIHAN, 2004).

De acordo com os dados divulgados pela Prefeitura do Rio de Janeiro, a cidade recebeu durante a Copa do Mundo, 471 mil turistas estrangeiros e 415 mil visitantes nacionais, num total de 886 mil pessoas, um valor 17,75% maior que o inicialmente previsto. Os turistas movimentaram R\$ 4,4 bilhões na cidade, valor que superou em mais de quatro vezes a estimativa de R\$ 1 bilhão, feita pelo Ministério do Turismo antes do evento. O gasto médio de cada visitante no Rio de Janeiro foi de R\$ 639,52 por dia e o tempo de permanência médio ficou em torno de nove dias. (Portal da Copa, 2014).

O fato de milhares de espectadores assistirem as cerimônias de abertura desses eventos e as principais competições é uma grande oportunidade para o país/cidade sede de atrair investimentos, gerar empregos, modernizar a infraestrutura urbana, aprimorar os meios de transporte, comunicação e segurança, além de ser o foco do mundo e aumentar as possibilidades turísticas para os residentes e visitantes.

Os investimentos em infraestrutura, envolvendo estádios, mobilidade urbana, aeroportos e portos para a Copa do Mundo no Brasil alcançaram o montante de R\$ 25,6 bilhões. Desse total, as obras viárias de transporte público, responderam por 33,6% total; a reforma e a construção de estádios, 27,7% e os investimentos na construção e reforma de aeroportos, 26,5%.

A candidatura dos governos dos países que desejam sediar estes eventos o fazem, por terem consciência de que são oportunidades únicas no espaço de uma geração ou mais para conceber e enaltecer a imagem internacional de seus países com o propósito de expandir sua influência pelo mundo.

A imagem de um país pode ser positiva ou negativa, de acordo com o que e como a mídia expõe os fatos destes megaeventos e as relações de hospitalidade e hostilidade entre visitantes e anfitriões.

Assim, a partir do momento, em que o estrangeiro está diante de seu hóspede em potencial, abre-se a exigência do relacionamento, segundo Selwyn: “A hospitalidade transforma: estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não parentes em parentes (SELWYN, 2004: 26-27). Porém, tal transformação não ocorre de modo simples ou fácil, é possível situações em que nem aconteça, pois mediante esta presença incômoda, podem ser geradas percepções de filoxenia (do grego philoxenia, amor ao estrangeiro) ou xenofobia (medo, terror ou asco ao estrangeiro), de hospitalidade ou de hostilidade.

Carmargo (2015) diz que a hospitalidade acontece nos interstícios de um cotidiano e de uma história marcada pela inospitalidade quando não pela hostilidade, o que nos dá uma brecha para pensar o tema: a hospitalidade analisa a relação interpessoal como o resgate, a troca do calor humano num ambiente social cada vez mais inóspito, quando não hostil, ressaltando as possibilidades que restam no mundo contemporâneo, de manifestação ou de recriação dos vínculos sociais, como foi o caso da corredora Abbey D'Agostino que ajudou a neozelandesa Nikki Hamblin, após colisão entre as duas nas eliminatórias dos 5.000 metros no Rio. Em vez de continuar a corrida e tentar recuperar o tempo perdido, a americana colocou as mãos embaixo dos ombros da neozelandesa para ajudá-la a se levantar, e dizendo que não desistisse (BBC Brasil).

A hospitalidade como forma de indivíduos e famílias de lugares diferentes se socializarem, de se alojarem e de usufruírem de serviços mútua e reciprocamente, “é uma questão ao mesmo tempo, atual e muito antiga [...] que nos remete à proximidade entre hospitalidade e hostilidade, virtude associada à ideia de casa, de grandeza, supondo que podemos receber sem constrangimentos” (GOTMAN, 1997: 6).

O ponto de vista adotado por Camargo (2015) é de uma noção de hospitalidade entendida como uma relação humana em que acontece uma troca entre alguém que recebe (anfitrião) e alguém que é recebido (visitante), cujo desenrolar pode redundar em apaziguamentos, sentimentos que vão desde a amizade, amor, calor humano (expressão de virtude) até algum nível de conflito, de agressividade, de hostilidade, como por exemplo a postura do nadador Ryan Lochte, que mentiu sobre ter sido supostamente assaltado e a confusão que arrumou em um posto de gasolina no Rio ou ainda quando o Prefeito do Rio, Eduardo Paes, ironiza traje de governadora de Tóquio, Yuriko Koike: “Eu deveria estar vestido de sambista carioca”, se referindo ao “kimono”.

Kant (2008: 20), ao falar sobre a hospitalidade, a introduz como elemento ligado à moral. Dentre suas acepções, ele trata do “direito de visita”. Para ele, sendo a terra limitada, não é possível que os homens se espalhem por ela ilimitadamente. Para que haja paz, portanto, é preciso que haja o “direito de visita”. Esse direito assiste a todas as pessoas, o direito de “não ser tratado com hostilidade em virtude da sua vinda ao território de outro” e de “se apresentarem à sociedade” (Kant, 2008: 20). Para Kant, a hospitalidade tem a ver com a geração das condições requeridas para se ter um intercâmbio, um comércio, uma relação entre os povos.

O Japão por meio da hospitalidade singular de seu povo, o *Omotenashi*, conseguiu a atenção do mundo quando a apresentadora e jornalista, Christel Takigawa, encantou seus conterrâneos em discurso sobre a razão de Tóquio sediar as olimpíadas de 2020:

Regardless of what generation a person might be from, or where you are in Japan, you will encounter that spirit of Omotenashi: it outweighed all of the other things I could have spoken about. Even when I come back to Japan from being abroad, that feeling is one of the first things that hits me.
(TAKIGAWA, 2013).

Para Belal, Shirahada e Kosaka (2013), muitas características dos japoneses são cultivadas de gerações para gerações, aprendidas e praticadas de fato desde a infância, que é o caso do *Omotenashi*. Diz-se da hospitalidade ao estilo japonês como receber o visitante da melhor forma possível, sem segundas intenções, com o coração puro. Pelas palavras de Shudo (2013), o *Omotenashi* aos olhos dos japoneses pode parecer óbvio, mas para o estrangeiro que visita o Japão pode ser admirável.

O relacionamento resultante da hospitalidade faz com que as cidades, as organizações e os seres humanos interajam e adquiram hábitos e costumes uns dos outros, conforme Grinover:

A troca de determinados valores entre visitado e visitante proporciona uma enorme riqueza de conhecimentos, modificando sua visão de mundo e acrescentando valores inconfundíveis ao relacionamento humano. A dimensão dessas mudanças e transformações permite novas configurações sociais e culturais. A influência provocada pelas interações, que ocorrem em localidades de grande vocação turística, refere-se ao modo de vida dos moradores, à expressão linguística, à gastronomia, aos hábitos de entretenimento. Dessa forma, a viagem, como experiência para o turista, o viajante, pode resultar num momento preciso da construção social da pessoa, da afirmação da individualidade e da socialização (GRINOVER, 2007: 28).

Conforme Camargo (2006), a hospitalidade sempre foi atributo de pessoas e de espaços, não de empresas. Cita ainda, que essa observação deve dirigir-se para o que acontece além da troca combinada, além de um valor monetizável de serviço prestado, para aquilo que pessoas e os espaços proporcionem além do contato estabelecido, finalizando que nesse ambiente, permanecem vivas as ações de hospitalidade. Permite também entender que a hospitalidade na amplitude do seu significado, tem realce nos ambientes que configuram relacionamentos humanos, entre os quais se destacam os eventos esportivos, que têm entre seus principais objetivos, expressar harmonia e paz entre os povos.

Em alguns casos esses objetivos dos eventos esportivos não são totalmente alcançados, pois apesar de representar um *stakeholder* primário, cujo termo é definido por Freeman (1984: 46) como qualquer grupo ou indivíduo que afeta ou é afetado pelo alcance do objetivo da organização/evento e primário, segundo Clarkson (1995), pelo elevado grau de interdependência e influência no fortalecimento do evento, a comunidade local carece de legitimidade, urgência e poder (Mitchell et al., 1997) em sua inserção nas decisões de ações de Turismo em megaevento. A exemplo das Olimpíadas do Rio 2016, segundo a Jornalista Lillian Venturini, do Nexo Jornal, quatro organizações nacionais e internacionais apresentaram à ONU violações de direitos cometidas pelos órgãos públicos durante a preparação das Olimpíadas.

Segundo o Comitê Popular da Copa e das Olimpíadas, 77.206 pessoas foram removidas das áreas onde foram realizadas obras viárias, de mobilidade ou de equipamentos esportivos para os Jogos. Mario Campagnani, comunicador da Justiça Global e membro do Comitê Popular, afirma que as remoções afetaram sobretudo comunidades pobres e ocorreram em regiões de alto valor imobiliário. Em alguns casos, ao final da obra, a retirada das famílias mostrou-se desnecessária, segundo ele.

A ONG Artigo 19 diz que não há transparência por parte dos órgãos públicos na prestação de contas e de dados sobre os projetos relacionados aos Jogos, como detalhes das despesas das obras em execução e como serão gastos os R\$ 2,9 bilhões repassados pela União, quando o Estado decretou “estado de calamidade”.

Ainda segundo o Nexo Jornal, as ONGs apontam para os riscos de eventuais abusos policiais e judiciais em favelas, já que durante a Olimpíada o Exército assume funções de polícia nas comunidades pobres do Rio. A prática foi adotada também durante a Copa de 2014. Quem desacatar ou resistir a uma ordem dada pelos militares pode ser preso e responder a um processo em um tribunal militar, foro que normalmente só julga crimes cometidos por militares em atividade.

METODOLOGIA

Este artigo apresenta um estudo de pesquisa qualitativa de caráter exploratório com análise de conteúdo.

As autoras realizaram um levantamento em dois grandes portais brasileiros que apresentam boa reputação nacional para divulgação de matérias jornalísticas – G1 (g1.globo.com) e UOL (www.uol.com.br) e foi selecionado o período de 5 de julho a 21 de agosto de 2016, um mês antes do início das Olimpíadas no Rio até o dia de seu encerramento. Para essa coleta de dados, utilizou-se nas buscas destes sites matérias que continham em seu título ou corpo do texto as palavras-chave Olimpíada Rio 2016 e Olimpíadas 2016.

Com o objetivo de compreender as relações de hospitalidade e hostilidade da comunidade local e visitantes durante a realização dos megaeventos Copa 2014 (dados coletados) e Olimpíadas 2016, bem como a proposta do Japão e as aplicações

do conceito de *omotenashi* como elemento de competitividade daquela nação, bem como verificar as proposições (P1) Apesar de representar um *stakeholder* primário, a comunidade local carece de legitimidade, urgência e poder em sua inserção nas decisões de ações de Turismo em megaeventos; (P2) A população local não se sente inserida no megaevento, ou seja, não se estabelece uma relação de hospitalidade entre os entes organizadores e a comunidade local; (P3) O Japão, em contrapartida, ao resgatar o conceito de *omotenashi* (espírito japonês da hospitalidade) como principal conceito para a escolha como sede para as Olimpíadas 2020, trouxe a comunidade local como principal atrativo para os visitantes daquele megaevento, adotou-se o sistema de categorização proposto por Bardin (2011) para análise de conteúdo das publicações.

As categorias foram criadas de acordo com temas pré-determinados e a frequência destes nas matérias levantadas. Seguem abaixo as categorias criadas:

Tabela 1: Categorias para Análise de Conteúdo

CATEGORIZAÇÃO	
Categoria 1: Manifestação de hostilidade por parte dos visitantes	Nesta categoria foram contabilizadas as reportagens que relataram a atitude de hostilidade por parte dos visitantes
Categoria 2: Manifestação de hostilidade por parte do anfitrião	Nesta categoria foram contabilizadas as reportagens que retrataram a atitude de hostilidade por parte do anfitrião
Categoria 3: Manifestação de hostilidade entre os organizadores do evento e a comunidade local	Nesta categoria foram contabilizadas as reportagens que retrataram a hostilidade entre os organizadores das Olimpíadas e a comunidade local
Categoria 4: Manifestação de hospitalidade do anfitrião/comunidade local	Nesta categoria foram contabilizadas as reportagens que retrataram a atitude de hospitalidade por parte do anfitrião

Fonte: Adaptado do proposto por Bardin (2011)

Cada publicação coletada foi lida e a cada ocorrência, em seu conteúdo, sobre os temas acima foram contabilizadas na tabela e por este motivo, é possível que uma mesma reportagem apresente em seu texto ocorrências que se enquadraram em mais de uma categoria.

A exemplo do proposto por Mendes e Wada (2016), no artigo “Copa 2014: As Relações de Hospitalidade e Hostilidade ao Visitante – Brasil”, a base de dados criada para esta pesquisa foi dividida em quatro grupos de análise, sendo: (G1) Fatos e análise dos jogos olímpicos – 293; (G2) Manifestações e expressões dos visitantes – 73; (G3) Comunidade local enquanto anfitriã – 50; (G4) Miscelânea – eventos, festividades, curiosidades – 243.

Ao grupo G1 foram atribuídas todas as reportagens que referenciaram assuntos técnicos relacionados às modalidades olímpicas, como comentários das disputas olímpicas, coberturas de treinos, análise de desempenho dos esportistas olímpicos, discussão de placares, coletivas de imprensa e discussões técnicas.

Ao grupo G2 foram consideradas as reportagens que representaram os visitantes, turistas estrangeiros e nacionais, ou seja, todas as manifestações positivas e negativas relacionadas ao povo brasileiro e ao Brasil.

Ao grupo G3 foram contabilizadas as matérias que representam a comunidade brasileira, enquanto anfitriã, em relação aos visitantes.

E por último, ao grupo G4 foram relacionadas as matérias que abordaram assuntos diversos que não se enquadraram nos grupos G1, G2 e G3, como a escolha de muso e musa da Rio 2016, receitas culinárias típicas dos países participantes das Olimpíadas, valorização do mercado imobiliário por causa da Rio 2016, programações sobre festas e comemorações, desvio de trânsito nos dias de jogos e até localização dos monstrinhos de *Pokémon Go* na Rio 2016.

A fim de compreender as relações de hospitalidade e hostilidade da comunidade local e visitantes durante a realização das Olimpíadas 2016, foram utilizados os grupos G2 e G3 para uma análise detalhada de conteúdo e as reportagens pertencentes a estes dois grupos de análise representaram a amostra para nova análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). O conteúdo dos textos foi analisado conforme a categorização criada e descrita acima.

Análise e discussão de resultados

A partir das matérias pertencentes aos grupos G2 (73) e G3 (50), conforme a categorização criada, foram encontradas 21 publicações referentes à hostilidade por parte dos visitantes.

Algumas manifestações que representaram essas matérias foram: o alerta de segurança do Ministério das Relações Exteriores para que os turistas chineses no Brasil deixassem seus relógios e joias no hotel, não carregassem mochilas ou utilizassem celulares e que não tentassem lutar com os ladrões (REUTERS, 30 jul, 2016); os episódios de estupro praticados por um boxeador da Namíbia e outro do Marrocos contra camareiras brasileiras (PORTAL G1, 14 ago, 2016); o relato da jornalista filipina, Lia Cruz, nas redes sociais sobre o furto a ela e ao colega de equipe, Magoo Marjon: "Ladrões entraram no meu quarto e no do Magoo aqui no Rio e roubaram nosso dinheiro. A pior parte é que nós estamos na vila oficial para profissionais de mídia. Mesmo com a fechadura de todos os quartos sendo biométricas, o gerente da vila descobriu que o zelador tem acesso a todos os quartos", declarou a repórter. (UOL, 5 ago, 2016) e mesmo o jornal francês "Le Monde" que fez um editorial chamado "Um ideal olímpico manchado pelo doping e pela corrupção". "Como acontece em toda Olimpíada, a cerimônia de abertura inaugura uma trégua na qual se enterram todas as queixas repetidas por meses – como o doping, a corrupção, a falta de preparo da hospedagem do país, os custos – para dar lugar ao 'sonho olímpico'", escreveu o jornal, que acrescentou: "podemos nos interrogar se esse sonho não está manchado" (PORTAL G1, 5 ago, 2016).

Em referência à hostilidade por parte do anfitrião, encontrou-se 2 matérias, representadas pelo protesto que interrompeu a passagem da tocha olímpica em Angra dos Reis, no qual pedras foram arremessadas contra a comitiva (PORTAL G1, 28 jul, 2016) e pela manifestação na região central de São Paulo, contra a realização das Olimpíadas (DOMINGOS, 5 ago, 2016).

Encontrou-se 14 reportagens que retrataram a hostilidade entre os organizadores das Olimpíadas e a comunidade local: o fechamento de uma Unidade de Pronto Atendimento (UPA), a suspensão de um serviço de ônibus e o atraso no pagamento de salários de servidores públicos (PORTAL G1, 28 jul, 2016); questionado sobre as mudanças para a cidade e os cariocas, um jovem diz não identificar vantagens. "Conheço vizinhos e amigos que vão trabalhar na segurança e na limpeza da Olimpíada. Para eles, foi um emprego, mas é temporário, logo acaba. Não vi mudanças diretas na minha vida. Foi tudo feito para os gringos", conta. Um setor do estacionamento da Universidade Estadual do Rio de Janeiro foi cedido pelo Estado ao Comitê Olímpico Internacional (COI), a universidade está toda suja, sem dinheiro para pagar limpeza, mas as vagas onde os carros do COI ficaram foram limpas, foi tudo varrido, e a UERJ não ganhou nada com isso", diz uma docente. "Essas Olimpíadas são só para inglês ver. Quem lucra são os ricos. Olha aqui esse esgoto a céu aberto, as fezes chegam totalmente in natura. Você pode ver como as ruas ficaram esburacadas pela passagem dos caminhões das obras. Não tem escoamento de água, quando chove, alaga tudo. Largaram tudo assim", diz. Ele conta que a comunidade tinha construído pontes de concreto que atravessavam o valão de esgoto, por conta própria, e que estas foram derrubadas pelas obras, mas não foram reconstruídas, diz o morador Daniel Ferreira Campos, 61 anos (PUFF, 4 ago, 2016).

José de Jesus Damaceno, pescador de 75 anos: 'A cidade está em crise e não há oportunidade para qualquer um, o governo deveria cuidar mais da população antes de gastar dinheiro em um evento como este'. Nathalia Souza, vendedora de rua de 18 anos: 'O Brasil deve se preocupar primeiro com os problemas internos, como violência, pobreza e serviços públicos, em vez de gastar essa quantidade enorme de dinheiro com em infraestrutura para as Olimpíadas'. Jeymerson Pereira, açougueiro de 25 anos: 'Nós não precisamos das Olimpíadas, precisamos de mais escolas e hospitais'. Ele também está preocupado que nada vai mudar para os pobres no Rio de Janeiro. 'Seria preciso mudar o governo e começar de novo', diz. Antonio de Azevedo, 25, consultor político: 'O Rio não vai mudar após este evento. Para o governo, o investimento em infraestrutura olímpica foi mais importante que na melhoria dos serviços para a população. Eu sou contra os Jogos, a cidade está em crise'. (PORTAL G1, 3 ago, 2016).

Segundo Lia Rocha, 39 anos, que é professora de Ciências Sociais e presidente da Associação de Docentes da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), a população do Rio está se dando conta de que "o custo de sediar os Jogos foi muito alto". Para ela, a sensação é de que o carioca está de fora das comemorações. "Cedemos nossa casa para a festa, mas não fomos convidados", diz em relação ao setor do estacionamento da Universidade cedido ao COI. (PUFF, 4 ago, 2016); Dennis Claudinho, trabalhador da construção civil de 27 anos: 'Eu não posso comprar ingressos para as Olimpíadas porque eles são muito caros'. Israel Mario da Silva, vigia de 59 anos: 'Eu não consigo comprar ingressos para as Olimpíadas porque é muito caro pra mim'. Aline Santos, estudante de 23 anos: 'Para mim, os Jogos Olímpicos são sinônimo de arbitrariedade porque muitas pessoas foram expulsas de suas casas para a construção dos Parques Olímpicos. Eu sou totalmente contra as Olimpíadas'. Andre Barros, funcionário da limpeza urbana de 44 anos: 'Eu não tenho dinheiro para comprar ingressos para as Olimpíadas. Eu preciso trabalhar'. Alexandre Wilson posa na frente de sua casa e estúdio no Vidigal. Ele disse que não comprou ingressos para os jogos porque são muito caros. Para ele, as Olimpíadas são uma grande celebração esportiva, mas é contra o despejo das pessoas de bairros pobres. (PORTAL G1, 3 AGO, 2016).

Para tratar a manifestação de hospitalidade por parte do anfitrião/comunidade local, foram contabilizadas 9 reportagens, representadas por: cariocas de diferentes idades e classes sociais concordaram em uma coisa: a Olimpíada no Rio valeu a pena e parece já deixar saudade. Além do legado de infraestrutura, o clima acolhedor e contagiante do brasileiro fica como ponto positivo (RODRIGUES, 20 ago, 2016); para a advogada Beatriz Carvalho, de 23 anos e moradora da Tijuca, na Zona Norte, a Olimpíada fez cariocas ficarem mais unidos e mais educados. "Foi emocionante ver cariocas respeitando as filas, se ajudando e defendendo a cidade. Teve organização e muita educação", afirma (PORTAL G1, 20 ago, 2016).

O turismo integrado entre a cidade do Rio de Janeiro e Petrópolis, Teresópolis, Nova Friburgo, Macaé, Casimiro de Abreu, Rio das Ostras, Armação dos Búzios, Cabo Frio, Arraial do Cabo e Niterói é tema do "Roteiro Serra Mar", lançado pelo Sebrae no Museu de Arte do Rio, cujo objetivo era que os turistas que chegassem para a Olimpíada aproveitassem as paisagens, gastronomia e hospitalidade dos destinos (PORTAL G1, 25 jul, 2016); "Um monte de gente tem me dito para eu não ir ao Brasil por causa de ameaças de terrorismo, do zika vírus, e da situação do país em geral, porque a CNN sempre mostra que tem armas, tem pessoas más, essas coisas. Mas eu acho que os brasileiros vão se dar as mãos e mostrar que o Brasil é um país pacífico e que recebe bem os estrangeiros. Eu não quero pensar nas coisas ruins que vão estar acontecendo, apenas me focar nas boas", disse o médico Rhoel Dejana. (WILKSON, 25 jul, 2016).

Os alemães Elfi Spieler, Fabian Bergwitz e Evelin Selan vieram ao Rio torcer pela amiga atleta Anne Haug, única representante da Alemanha no triatlo. "Enquanto ela não compete, a gente se mistura com a torcida brasileira. Todos aqui são muito simpáticos", conta Bergwitz. "Na Alemanha também tem gente simpática, mas nunca vi nada igual ao Brasil." Com tanta simpatia e informalidade, a família holandesa Tangelder não estava acostumada. Edwin, Sandy e a filha Nienke fizeram um tour pelo Pantanal antes de desembarcar na cidade olímpica. A família Tangelder, da Holanda, se espantou com a cultura do abraço: "Na hora da despedida, o dono da pousada se aproximou muito e eu estranhei. Ele me deu um abraço! Não fazemos isso na Holanda", contou Edwin Tangelder. "Imagine a cena: eu, um holandês de quase 2 metros sendo abraçado por um senhor de 1,50 metro. Eu não sabia o que fazer", relembra com humor a experiência. A americana Jamie Ledford quer levar tudo o que puder do Rio de Janeiro para a Califórnia. A camiseta com a bandeira brasileira bordada com lantejoulas, ele só conseguiu comprar graças à ajuda de um estranho. "Eu tentei falar com a vendedora na rua, que não me entendeu e continuou andando. Uma outra moça brasileira, que assistiu à cena, correu atrás da vendedora e intermediou a conversa. Nos Estados Unidos, eu acho que ninguém sairia correndo atrás de uma outra pessoa para ajudar um estranho." (DEUTSCHE WELLE, 15 ago, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na categorização das publicações que formaram a base de dados durante as Olimpíadas Rio 2016 e os objetivos propostos nesta pesquisa, observou-se que a população brasileira, embora considerada hospitaleira, acolhedora e contagiante diante de seus visitantes, sente o antagonismo dos altos investimentos neste evento, pois serviços básicos como escolas, hospitais e saneamento básico são precários, escassos ou inexistentes em algumas localidades do Brasil, além do fato de muitas pessoas terem sido expulsas de suas casas para a construção dos Parques Olímpicos. Notou-se também que mesmo com a facilidade de acesso e tanta proximidade aos palcos olímpicos, a comunidade local não teve condições financeiras para comprar ingressos, por serem caros.

Ao contrário do Brasil que apresentou justificativas como o ineditismo das olimpíadas na América do Sul e o momento econômico positivo da época para realização do megaevento, o Japão enalteceu a cortesia do povo japonês e sua cultura como atrativo para as próximas olimpíadas que acontecerão em Tóquio.

Desta forma, o estudo confirma as três proposições inicialmente apresentadas: (P1) Apesar de representar um *stakeholder* primário, a comunidade local carece de legitimidade, urgência e poder em sua inserção nas decisões de ações de Turismo em megaeventos; (P2) A população local não se sente inserida no megaevento, ou seja, não se estabelece uma relação de hospitalidade entre os entes organizadores e a comunidade local; (P3) O Japão, em contrapartida, ao resgatar o conceito de *omotenashi* (espírito japonês da hospitalidade) como principal conceito para a escolha como sede para as Olimpíadas 2020, trouxe a comunidade local como principal atrativo para os visitantes daquele megaevento.

Apesar de este estudo utilizar como fonte de dados dois dos maiores e mais relevantes canais de divulgação jornalística do Brasil, podem ocorrer limitações ao se generalizar as evidências aqui apresentadas. Portanto, propõem-se futuras pesquisas acerca de megaeventos, relações de hospitalidade e hostilidade entre anfitrião e visitante e, ainda, expansão dos estudos sobre a hospitalidade japonesa, o *omotenashi*, em outras mídias.

REFERÊNCIAS

Bardin, L (2011): Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.

Belal, H. M.; Shirada, K.; Kosaka, M. (2013): Value Co-creation with Customer through Recursive Approach Based on Japanese Omotenashi Service. *International Journal of Business Administration*, 4.

BBC Brasil.(2016). Espírito olímpico: corredoras que caíram durante prova se ajudam e são classificadas para final mesmo chegando em último. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/geral-37106111>. (último acesso: 27 agosto 2016).

Camargo, L. (2006): Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. *Revista Hospitalidade/Universidade Anhembi Morumbi*, Ano III, 2.

Camargo, L. (2015): Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade/Universidade Anhembi Morumbi*, XII, n. especial: 42-69.

Clarkson, M. B. E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20: 92-117.

Diário do Brasil. Prefeito do Rio ironiza traje de governadora de Tokyo: "Eu deveria estar vestido de sambista carioca". Disponível em: <http://www.diariodobrasil.org/prefeito-do-rio-ironiza-traje-de-governadora-de-tokyo-eu-deveria-estar-vestido-de-sambista-carioca/>. (Último acesso: 29 de agosto 2016).

Estádio Esportes. Rio é escolhido como cidade-sede da Olimpíada de 2016. Disponível em: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,rio-e-escolhido-como-cidade-sede-da-olimpiada-de-2016,444804>. (Último acesso: 17 agosto 2016).

Freeman, R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing, Marshfield, Massachusetts.

G1. Cariocas dizem que Olimpíada no Rio valeu a pena e listam os benefícios. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cariocas-dizem-que-olimpiada-no-rio-valeu-pena-e-listam-os-beneficios.html>. (Último acesso: 23 agosto 2016).

G1. Cedemos casa para festa, mas não fomos convidados': quatro contrastes no Rio da Olimpíada. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/cedemos-casa-para-festa-mas-nao-fomos-convidados-quatro-contrastes-no-rio-da-olimpiada.html>. (Último acesso: 23 agosto 2016).

G1. China emite alerta de segurança a cidadãos que viajam para a Rio 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/07/china-emite-alerta-de-seguranca-cidadaos-que-viajam-para-rio-2016.html>. (Último acesso: 20 agosto 2016).

G1. Como os turistas estrangeiros estão vendo o Rio de Janeiro. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/como-os-turistas-estrangeiros-estao-vendo-o-rio-de-janeiro.html>. (Último acesso: 27 agosto 2016).

G1. Ele veio me agarrando', diz camareira que denunciou boxeador por estupro. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2016/08/ele-veio-me-agarrando-diz-camareira-que-denunciou-boxeador-por-estupro.html>. (Último acesso: 20 agosto 2016).

G1. Jornais estrangeiros falam em 'jogos manchados' por corrupção e crise. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/blog/brasil-visto-de-fora-na-olimpiada/post/jornais-estrangeiros-falam-em-jogos-manchados-por-corrupcao-e-crise.html>. (Último acesso: 15 agosto 2016).

G1. Moradores do Rio de Janeiro dizem o que pensam sobre os Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/fotos/2016/08/os-cariocas-e-olimpiadas-fotos.html#F2120975>. (Último acesso: 15 agosto 2016).

G1. Nadador americano James Feigen paga multa e já pode deixar o Brasil. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/nadador-americano-james-feigen-paga-multa-e-ja-pode-deixar-o-brasil.html>. (Último acesso: 23 agosto 2016).

G1. Projeto incentiva turismo no interior do RJ durante a Olimpíada. Disponível em: <http://g1.globo.com/rj/regiao-dos-lagos/noticia/2016/07/projeto-incentiva-turismo-no-interior-do-rj-durante-olimpiada.html>. (Último acesso: 23 agosto 2016).

G1. Protesto interrompe passagem da tocha olímpica em Angra dos Reis. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/07/protesto-em-angra-interrompe-passagem-da-tocha-olimpica.html>. (Último acesso: 20 agosto 2016).

G1. Voluntários relatam decepções com a Olimpíada. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/voluntarios-relatam-decepcoes-com-rio-2016.html>. (Último acesso: 23 agosto 2016).

Gotman, A. (2009): O comércio da hospitalidade é possível? *Revista Hospitalidade/Universidade Anhembi Morumbi*, 6, 2: 3-27.

Grinover, L. (2007): A hospitalidade, a cidade e o turismo. São Paulo: Aleph.

Hall, C. M. (2006). Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. *The Sociological Review*, 54: 59-70.

Kant, I. (2008): A paz perpétua: um projeto filosófico. Covilhã. Universidade da Beira Interior.

Malfas, M.; Theodoraki, E.; Houlihan, B. (2004): Impacts of the Olympic Games as mega-events. *Municipal Engineer*, 157, 3: 209-220.

Ministério do Esporte. Portal da Copa. Copa trouxe ao Rio 886 mil turistas e movimentou R\$ 4,4 bilhões. Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/copa-trouxe-ao-rio-886-mil-turistas-e-movimentou-de-r-44-bilhoes>. (Último acesso: 29 agosto 2016).

Mitchell, R. K.; Agle, B. R. e Wood, D. J. (1997): Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22: 53-886.

Nexo. Quais as críticas das ONGs aos Jogos Olímpicos do Rio. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2016/07/11/Quais-as-cr%C3%ADticas-das-ONGs-aos-Jogos-Ol%C3%ADmpicos-do-Rio>. (Último acesso: 25 agosto 2016).

Roche, M. (2000): Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture. New York. Routledge.

Sewyn, T. (2004): Uma antropologia da hospitalidade. In: Lashley, C. e Morrison, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri. Manole: 25-50.

Shudo, A. (2013): O significado da palavra Omotenashi. Disponível em: <http://annashudo.weebly.com/artigos/o-significado-da-palavra-Omotenashi>. (Último acesso: 06 setembro 2016).

Takigawa, C. Looking into Tokyo's Olympic future. Disponível em: <http://www.tokyoweekender.com/>. (Último acesso: 06 setembro 2016).

UOL. Gringos gastam até R\$ 30 mil e vêm até da Sibéria para trabalhar na Rio-16. Disponível em: <http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/07/25/gringos-gastam-ate-r-30-mil-e-vem-ate-da-siberia-para-trabalhar-na-rio-16.htm>. (Último acesso: 17 agosto 2016).

UOL. Fotógrafo australiano, repórter filipina e TV italiana relatam roubos no RJ. Disponível em: <http://olimpiadas.uol.com.br/noticias/redacao/2016/08/05/fotografo-australiano-relata-roubo-de-material-de-r-127-mil.htm>. (Último acesso: 15 agosto 2016).

UOL Esportes. Rio ganha Olimpíadas de 2016 e Brasil já se prepara para gastar R\$ 25,9 bi. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/ultimas/2009/10/02/ult58u1761.jhtm>. (Último acesso: 17 agosto 2016).