

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA
BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ÁGATHA SIQUEIRA LAGES

**O GRANDE PRÊMIO DE SÃO PAULO DE FÓRMULA 1 SOB EFEITO DA
PANDEMIA DA COVID-19**

RECIFE – PE

2023

ÁGATHA SIQUEIRA LAGES

**OGRANDE PRÊMIO DE SÃO PAULO DE FÓRMULA 1 SOB EFEITO DA
PANDEMIA DA COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado pelo(a) aluno(a) ÁGATHA SIQUEIRA LAGES ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Pernambuco como pré-requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, sob a orientação do(a) Professor(a) Dr^a Poema Isis Andrade de Souza

RECIFE – PE

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- L174g Lages, Ágatha Siqueira
O Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 sob efeito da pandemia da COVID-19 / Ágatha Siqueira
Lages. - 2023.
43 f. : il.
- Orientadora: Poema Isis Andrade de Souza.
Inclui referências.
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco,
Bacharelado em Ciências Econômicas, Recife, 2023.
1. megaevento. 2. Grande Prêmio de São Paulo. 3. COVID-19. 4. turismo. 5. economia. I. Souza,
Poema Isis Andrade de, orient. II. Título

CDD 330

Monografia apresentada como requisito necessário para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas. Qualquer citação atenderá às normas da ética científica.

O GRANDE PRÊMIO DE SÃO PAULO DE FÓRMULA 1 SOB EFEITO DA
PANDEMIA DA COVID-19

ÁGATHA SIQUEIRA LAGES

Monografia submetida ao corpo docente do Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal Rural de Pernambuco e aprovada na data a seguir:

Recife, 21 de setembro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof^a. Dr^a. Poema Isis Andrade de Souza - UFRPE

1º Examinador: Prof^a. Dr^a. Eliane Aparecida Pereira de Abreu - UFRPE

2º Examinador: Prof^a. Dr^a. Keynes Cândido de Souto - UFRPE

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me ajudado durante essa jornada, que sempre foi um grande questionamento na minha vida.

Agradeço a meu pai, meu irmão e minha mãe, que me deram suporte em momentos diferentes, de diferentes formas necessárias.

A professora e orientadora Poema Isis Andrade de Souza, por me compreender e auxiliar, mesmo diante de alguns desafios.

As minhas amigas, que me deram suporte durante esses anos intensos e complicados, especialmente Brenda, Ana Drieli, Mariana, Maria Vitória, Mariana, Evely, Mirella, Marília e Rayanne.

E um agradecimento especial a minha psicóloga, Isabela Teixeira, que me auxiliou muito mais do que poderia imaginar.

“Morri brevemente. Mas rissuscitei” (Niki Lauda).

RESUMO

A finalidade deste estudo é analisar o desempenho do Grande Prêmio de São Paulo, realizado com a presença total de público em novembro de 2021, no contexto de um país em fase inicial da retomada da presença de público em eventos após o isolamento social decorrente da pandemia da COVID-19. Desta forma, foi realizada uma comparação com as edições de 2019 a 2022 do evento, que não demandaram a adoção de medidas de biossegurança para prevenir a disseminação do coronavírus. A metodologia da pesquisa utilizada pode ser classificada como descritiva, bibliográfica e documental. Para a coleta de informações e dos dados secundários, foram utilizados artigos, livros, sites e relatórios elaborados pelo Observatório de Turismo e Eventos da São Paulo Turismo (OTE), em colaboração com o Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Conselho de Turismo da Fecomércio-SP. Os principais resultados encontrados foram que a cada ano o evento alcança um público maior, atraindo turismo, geração de receita e empregos para a cidade de São Paulo. Além disso, o evento gera um forte impacto para a imagem da cidade, pelo bom desempenho midiático; e é utilizado pelo governo para propagação de valores políticos. Portanto, o resultado encontrado é que a edição do evento no ano de 2021 apresentou um desempenho positivo mesmo diante de um cenário ainda delicado no que se refere à saúde pública.

Palavras-chave: megaevento; Grande Prêmio de São Paulo; COVID-19; turismo; economia.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the performance of the São Paulo Grand Prix, which took place with a full audience in November 2021, in the context of a country in the early stages of resuming public attendance at events following the social isolation measures due to the COVID-19 pandemic. Consequently, a comparison was made with the 2019 and 2022 editions of the event, which did not require the adoption of biosafety measures to prevent the spread of the coronavirus. The research methodology employed can be classified as descriptive, bibliographic, and documentary. In collecting information and secondary data, articles, books, websites, and reports prepared by the São Paulo Tourism and Events Observatory (OTE), in collaboration with the Center for Tourism Economy Intelligence (CIET) at the Getúlio Vargas Foundation (FGV), and the São Paulo State Commerce Federation (Fecomércio-SP) Tourism Council were utilized. The main findings indicate that the event attracts a larger audience each year, contributing to tourism, revenue generation, and job creation in the city of São Paulo. Additionally, the event has a significant impact on the city's image due to its strong media performance and is used by the government to promote political values. Therefore, the result of this study suggests that the 2021 edition of the event demonstrated a positive performance, even in the midst of a still delicate public health scenario.

Keywords: mega-event; São Paulo Grand Prix; COVID-19; tourism; economy.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Total do público ao longo dos três dias do evento, por ano (em mil)	26
Gráfico 2 – Público turista do evento, por local de origem.....	27
Gráfico 3 - Gasto médio do público do evento, por local de origem	28
Gráfico 4 - Opção de acomodação escolhida pelos turistas, por ano.....	29
Gráfico 5 - Desempenho da ocupação hoteleira, por meses e anos	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Movimentação financeira, por setor de atividade econômica do evento	31
Tabela 2 - Tributos, por setor de atividade econômica do evento	31
Tabela 3 - Empregos, por setor de atividade econômica do evento	31
Tabela 4 – Taxa de variação do impacto econômico	32

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFL	Australian Football League
BRICS	Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul
CET	Companhia de Engenharia de Tráfego
CIET	Centro Inteligência da Economia do Turismo
COI	Comitê Olímpico Internacional
COVID-19	Coronavirus Disease 2019
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIA	Federação Internacional do Automobilismo
FIFA	Federação Internacional de Futebol Associado
FOG	Formula One Group
OMS	Organização Mundial de Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
OTE	Observatório de Turismo e Eventos
PIB	Produto Interno Bruto
SANFL	South Australian National Football League
SMT	Secretaria de Mobilidade e Trânsito
SP	São Paulo
SPTuris	São Paulo Turismo

SUMÁRIO

1	Introdução	12
2	Referencial Teórico	14
2.1	Megaeventos e Economia	14
2.2	Megaeventos e Turismo	17
2.3	O Impacto da Pandemia da COVID-19 em Megaeventos	19
2.4	A Fórmula 1 e seu Impacto Turístico e Econômico	20
3	Metodologia	23
4	Resultados e discussões	25
4.1	Impacto Econômico	25
4.2	Impacto Físico	32
4.3	Impacto Sociopolítico	33
5	Conclusão	36
	Referências	38

1 Introdução

Nos últimos vinte anos, a discussão sobre os megaeventos esportivos tornou-se proeminente no panorama político e esportivo dos países. A aspiração de ser sede destes eventos foi impulsionada pela busca de visibilidade global e por novos mercados, alinhados a uma estratégia de crescimento do governo e sua política externa. Megaeventos como estes atraem uma vasta popularidade e alcançam audiências globais massivas, projetando o país no cenário mundial e potencializando a atração de investimentos e recursos financeiros para o Brasil (Grix; Brannagan; Houlihan, 2015). Os Grandes Prêmios do campeonato de Fórmula 1, que acontecem em diversas cidades, são classificados como megaeventos (Ritchie, 1984).

Com o decreto da OMS do estado de pandemia da COVID-19, em março de 2020, diversos setores foram prejudicados, principalmente o de turismo (Resende, 2023). O campeonato foi pausado por um período, porém, devido a grave situação de saúde que o continente americano apresentava assim que o campeonato de Fórmula 1 retornou suas atividades, todas as etapas na América foram canceladas. Com isso, o Brasil quebrou um ciclo histórico de 47 anos ininterruptos que recebia as corridas, além de causar uma perda de mais de R\$ 300 milhões para cidade de São Paulo (Sakate, 2020).

Desta forma, diante de um cenário de fortes restrições à circulação de pessoas e realização de eventos decorrente da pandemia da COVID-19, o objetivo dessa pesquisa será examinar o desempenho de um megaevento, o Grande Prêmio de São Paulo, após a abertura total ao público, em novembro de 2021, em um país que estava dando início a recuperação da saúde pública após a crise sanitária global causada pelo vírus COVID-19. Para isso, será feita a comparação com a edição anterior e a edição posterior, nos anos de 2019 e 2022, visto que ambas não tiveram necessidade de seguir protocolos de biossegurança para evitar que o contágio da doença se proliferasse entre os participantes do evento.

Portanto, por meio de uma pesquisa bibliográfica, documental e descritiva, os objetivos específicos são analisar se diante de uma recente recuperação de uma crise sanitária, o Grande Prêmio de São Paulo apresentou os dados favoráveis ou desfavoráveis acerca do número do público total, da receita total, do comércio local, da promoção da imagem da cidade, entre outros.

Assim, essa pesquisa tem como proposta mostrar se foi vantajoso ou não para o Brasil abrir as portas ao público total de um evento dessa magnitude, visto que um megaevento causa muitas despesas e a recuperação econômica e da saúde pública ainda não estava em um estágio tão avançado. Além disso, pretende-se reforçar as literaturas que analisaram o impacto que a pandemia causada pelo coronavírus, mais especificamente para as áreas da economia, turismo e eventos.

Esse estudo é composto por cinco capítulos. Além dessa introdução, um capítulo que traz uma revisão de literatura que irá realizar uma contextualização do objeto de estudo e do cenário, sendo estes o Grande Prêmio de São Paulo e a pandemia da COVID-19, além das áreas que foram bases desse estudo, economia e turismo. No terceiro capítulo será exposta a metodologia da pesquisa, usada para coletar e analisar os dados. Na sequência, no quarto capítulo são apresentados os resultados e discussões. Por fim, o quinto capítulo, que contém as considerações finais.

2 Referencial Teórico

A revisão de literatura neste trabalho tem como objetivo explorar e analisar temas relacionados aos megaeventos, à pandemia da COVID-19 e à economia do turismo. Estudar o impacto da pandemia na indústria do turismo, bem como nos grandes eventos, é fundamental para entender o impacto econômico e social que teve essa crise global. Além disso, ao focar especificamente no Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1, é possível analisar detalhadamente os efeitos da pandemia em um grande evento esportivo e seu impacto no turismo local. O objetivo desta revisão é identificar e sintetizar as principais discussões e descobertas da literatura acadêmica relacionadas a esses tópicos, a fim de fornecer uma base teórica sólida para a análise empírica subsequente.

Esta apresentação também visa destacar a importância da pesquisa acadêmica para megaeventos e turismo, considerando seu papel na promoção do desenvolvimento econômico e social, melhorando a infraestrutura e moldando a imagem dos destinos turísticos. Dessa forma, a proposta da revisão de literatura contribui para o conhecimento acadêmico e prático sobre o tema, ao mesmo tempo em que fornece uma base sólida para futuras pesquisas e discussões sobre os desafios e oportunidades para o turismo e megaeventos no contexto da crise global.

2.1 Megaeventos e Economia

Megaeventos, ou 'eventos marcantes', podem ser definidos como grandes eventos, sejam eles únicos ou recorrentes e de duração limitada, cujo principal objetivo é melhorar a percepção, atratividade e lucratividade de um destino turístico, seja a curto ou longo prazo, e o sucesso desses eventos está diretamente relacionado à sua exclusividade, prestígio ou relevância em um determinado momento, que são fatores cruciais para gerar interesse e atrair a atenção do público (Ritchie, 1984). Tais eventos também têm o potencial de atuar como agentes catalisadores para impulsionar o crescimento econômico e induzir transformações sociais (Gibson *et al.*, 2014). Megaeventos mais abordados na literatura são Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos (Fourie; Santana-Gallego, 2011). Uma das pesquisas sobre esse tema que recebeu mais notoriedade, por analisar diversos impactos desses eventos, foi sobre

o primeiro Grande Prêmio de Adelaide, na Austrália, elaborado por Burns, Hatch e Mules em 1986 (Henderson *et al.*, 2010).

Uma das razões pelas quais os eventos são tão atraentes é a sua natureza única e a sensação de que é preciso "estar lá" para vivenciar completamente a experiência. Assim também como os eventos virtuais, transmitidos através de diversas plataformas de mídia, também oferecem valor para os consumidores, embora proporcionem um tipo de experiência diferente (Getz, 2008).

A organização de megaeventos produz diversidade de efeitos, que incluem aspectos econômicos, sociais, ambientais, culturais e políticos. Entre esses diferentes tipos de impacto, os efeitos econômicos e sociais costumam ser os mais estudados por pesquisadores e frequentemente recebem maior destaque por parte dos organizadores dos eventos (Li; McCabe, 2012).

A partir de seus estudos, Grix, Brannagan e Houlihan (2015) puderam notar que os impactos econômicos dos Jogos Olímpicos variam de cidade para cidade. Em Los Angeles, os Jogos Olímpicos de 1984 resultaram em um superávit financeiro de cerca de US\$ 338 milhões. Em Barcelona, a realização dos Jogos Olímpicos de 1992 foi seguida por uma redução significativa na taxa de desemprego, de 18,4% para 9,6%. Entretanto, também é possível notar os ônus. No caso dos Jogos Olímpicos de 1972 em Munique, a cidade ficou com um débito de aproximadamente US\$ 279 milhões. Em Montreal, os Jogos Olímpicos de 1976 também resultaram em dívidas substanciais, chegando a mais de um bilhão de dólares.

A criação de mercados temporários, a atração de múltiplos atores e a estimulação de várias atividades econômicas levam à ativação de um sistema empreendedor nas regiões onde ocorrem os megaeventos. Esse sistema dependerá de uma série de fatores para apresentar bons resultados, incluindo o desenvolvimento de outros empreendimentos, seja como concorrentes ou complementos. A eficácia desse sistema é importante para o sucesso de qualquer projeto e um mecanismo de aprendizado com repercussões a longo prazo. Além disso, a localidade geográfica fica marcada por um sistema específico, que é caracterizado pelos atores e as particularidades dos fatores locais (Spilling, 1996).

É comum que as autoridades governamentais estejam dispostas a fornecer incentivos financeiros substanciais para sediar eventos. Os governos são muito atraídos por conta das vantagens intangíveis que eventos desse tipo podem oferecer, como aumentar a visibilidade de uma cidade, facilitar as conexões de negócios e

fomentar o orgulho da comunidade local (Dwyer; Forsyth; Spurr, 2005). Por essa razão, muitos acadêmicos consideram os megaeventos esportivos como um componente crucial nas estratégias modernas de *soft power* implementadas pelos governos (Grix; Brannagan; Houlihan, 2015).

Esses eventos parecem proporcionar uma certa medida de felicidade à população e isso é algo que os políticos frequentemente buscam utilizar em seu favor. A sensação de felicidade da população pode ser em parte porque as pessoas não estão plenamente conscientes dos custos associados à hospedagem do evento. Isso ocorre porque tanto os custos da candidatura quanto os custos totais de realização do evento muitas vezes são mantidos longe do conhecimento público (Mitchell; Stewart, 2015).

No contexto da Copa do Mundo de 2010, os residentes da África do Sul em geral sentiram que o evento ajudou a fomentar um senso de comunidade e de orgulho nacional, além de unir as pessoas em celebração. Os altos níveis de renda psíquica podem ter sido particularmente elevados na África do Sul devido ao desejo do país de demonstrar globalmente sua capacidade de sediar um evento dessa magnitude (Gibson *et al.*, 2014).

Além disso, Coates e Humphreys (2008) argumentam que, apesar de haver alguma percepção de que subsídios esportivos possam trazer benefícios econômicos locais, a evidência empírica em grande parte contraria essa noção. Ao focar em estudos econômicos, eles descobrem que grande parte dos estudiosos entram em consenso de que a presença de estádios, arenas e franquias esportivas não gera impactos positivos significativos em termos de emprego, renda ou receita tributária para as comunidades locais.

Entretanto, Kurtzman (2005) alerta para a necessidade de distinguir entre impactos econômicos e lucros financeiros ao avaliar a eficácia de eventos. É possível que um evento custe mais para ser realizado do que o que ele gera em receita, mas ainda assim tenha um impacto econômico positivo significativo na região. Ele exemplifica com o evento de automobilismo, 500 milhas de Indianápolis, que, apesar de ter registrado perdas entre US\$ 1 a 2 milhões, trouxe mais de US\$ 20 milhões em receita adicional para a localidade.

No contexto do Brasil, o país não hospeda tais eventos apenas com intuito de indicar que o país alcançou um "status de estado avançado", mas também uma forma de marcar sua transição de um ator regional para um participante global em assuntos

internacionais. Pela visão externa, o país obteve sucesso na organização dos Jogos Pan-americanos de 2007. Diante disso, o país ganhou a confiança do Comitê Olímpico Internacional (COI) e da Federação Internacional de Futebol (FIFA) para sediar a Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016 (Grix, Brannagan; Houlihan, 2015).

2.2 Megaeventos e Turismo

O conceito de 'turismo de eventos' deve ser analisado tanto sob a perspectiva da demanda quanto da oferta. Do ponto de vista da demanda, é crucial entender as características dos consumidores que viajam especificamente para participar de eventos, incluindo seus gastos e motivos. Também deve ser considerado o impacto dos eventos na construção de uma imagem positiva para o destino. Do lado da oferta, os organizadores de eventos e locais têm vários objetivos ao desenvolver e promover eventos, como atrair turistas, agir como um catalisador para melhorias na infraestrutura turística, reforçar uma imagem positiva do local e contribuir para o marketing global do destino (Getz, 2008).

O impacto econômico do aumento da atividade turística em uma região é influenciado por múltiplos fatores. Em geral, esse impacto é maior, *ceteris paribus*, quando mais valor é agregado ao produto turístico local, quando a oferta de insumos provém de produtores locais, e quando uma menor proporção de produtos é importada para consumo e produção na região (Eadington; Redman, 1991).

Os megaeventos esportivos continuam a ser de grande interesse para cidades e países em potencial ao redor do mundo. A razão para esse interesse aparente é o potencial desses eventos de gerar impactos significativos, incluindo o aumento do turismo antes, durante e após a realização do evento (Roche, 2000).

Fourie e Santana-Gallego (2022) conseguiram perceber, a partir da análise de fluxos turísticos bilaterais de 11 megaeventos esportivos que ocorreram entre 1995 e 2019, um efeito direto no aumento das chegadas de turistas ao país anfitrião, confirmando a hipótese de que tais eventos elevam o número de turistas. Foi estimado um aumento médio de 8% na chegada de turistas durante o ano em que o evento ocorre. Ao comparar países que tiveram propostas bem-sucedidas com aqueles que não tiveram, os autores observaram que todos os países candidatos viram um

aumento no turismo, mas o impacto foi significativamente maior para os países que obtiveram sucesso ao hospedarem o evento.

Os megaeventos servem como um ponto de encontro para grandes grupos de pessoas se reunirem em expressões coletivas de devoção e celebração, através da utilização de símbolos como bandeiras e camisas atuam como marcas de inclusão social e manifestações expressivas. Além disso, incentivam os habitantes da cidade-sede a adotarem novas identidades como cidadãos globais. É esperado que as identidades locais se alinhem com os estereótipos positivos que são promovidos antes e durante esses eventos (Horne; Manzenreiter, 2006).

O turismo esportivo ainda pode trazer mais uma série de benefícios para uma cidade, incluindo alta cobertura da mídia, geração de empregos de curto prazo, desenvolvimento de infraestrutura, e crescimento global do turismo, entre outros. Portanto, em determinadas circunstâncias, pode valer a pena sediar atividades esportivas mesmo se elas operarem com prejuízo, desde que atraiam um número suficiente de visitantes estrangeiros (Kurtzman, 2005).

Esta atração de visitantes, foi o objeto de estudo de Baumann e Matheson (2018), a partir da observação mensal do fluxo de turistas, e os autores concluíram que a Copa do Mundo de 2014 no Brasil resultou em um aumento significativo no turismo estrangeiro, com cerca de 1 milhão de visitantes adicionais, um número que ultrapassou as expectativas iniciais. Os autores também apontam que aproximadamente 25% desse aumento foi impulsionado pelo desempenho surpreendentemente bom da seleção de futebol da Argentina, o que atraiu muitos turistas do país próximo.

Além disso, Mishra, Rout e Sahoo (2021) apontam que o turismo tem sido um fator significativo para o crescimento econômico em países com falta de capital. Eles destacam o impacto notável do turismo nas economias de mercado aberto, como os países do BRICS, onde o turismo receptivo é uma contribuição vital para o PIB, as reservas em moeda estrangeira e a criação de empregos. Os autores também propõem a hipótese de que o desenvolvimento do setor turístico pode ter um impacto positivo no crescimento econômico dos países do BRICS. Além disso, o aumento turístico por conta desses eventos costuma persistir por mais tempo em países em desenvolvimento (Fourie; Santana-Gallego, 2022).

2.3 O Impacto da Pandemia da COVID-19 em Megaeventos

A pandemia da COVID-19 teve um impacto substancial no setor de turismo e na realização de megaeventos em todo o mundo. Antes da COVID-19, o setor de viagens e turismo havia se estabelecido como um dos pilares da economia mundial, sendo responsável por 10% do PIB global e gerando mais de 320 milhões de empregos ao redor do globo. No entanto, a pandemia, sem precedentes, em um período de crescente interconexão, ameaçou cerca de 100 milhões de empregos (Behsudi, 2020).

De acordo com Gössling, Scott e Hall (2020), devido às restrições e bloqueios de viagens, o turismo mundial sofreu uma desaceleração significativa, com o número de voos internacionais reduzido pela metade. Conforme os casos aumentavam, as proibições de viagens afetavam cada vez mais as companhias aéreas. A crise também impactou fortemente o setor de hospedagem em todos os países, com uma queda de 50% ou mais no número de hóspedes.

No contexto dos megaeventos, Mohanty, Himanshi e Choudhury (2022) ressaltam que os eventos foram particularmente afetados no contexto da pandemia da COVID-19, devido ao seu grande porte e maior vulnerabilidade. Caso não sejam organizados seguindo diretrizes apropriadas e medidas preventivas, os eventos podem se tornar focos de disseminação do vírus. Assim, durante a pandemia, o turismo de eventos enfrentou perdas sem precedentes, com eventos corporativos e esportivos sofrendo o maior impacto em termos de cancelamentos.

Além disso, durante a retomada da realização de megaeventos, os organizadores tiveram que efetuar avaliações de risco e implementar medidas para atenuar esses riscos, assegurando o distanciamento social, a higiene e outras práticas de segurança. Com isso, os megaeventos não puderam operar com sua capacidade total, foi necessário reduzir significativamente o número de visitantes (Chen, 2021).

Para trazer alívio a crise do mercado do turismo e megaeventos, a literatura também aborda a respeito dos protocolos de biossegurança e do papel da vacina que foi lançada globalmente, como propostas de retorno à normalidade. Seria possível o rápido retorno aos grandes eventos esportivos, desde que fossem seguidas as orientações da OMS, de minimizar o risco de transmissão e garantir que todos os participantes do evento realizassem o teste de COVID-19 (Carmody *et al.*, 2020). Williams *et al.* (2021) destacaram que, com os avanços do programa de vacinação,

os benefícios da imunidade poderiam se estender além da proteção contra infecções, permitindo uma maior participação social e econômica das pessoas.

Mantendo os protocolos de biossegurança, o distanciamento social e as práticas de higiene, o Adelaide Oval, estádio localizado em Adelaide na Austrália, pôde ser reaberto ainda no meio do ano de 2020, para os eventos das ligas de futebol da Austrália e da Austrália Meridional (AFL e SANFL) (Siebert; Smith, 2020). Essa reabertura e o retorno das ligas esportivas com presença de espectadores evidenciaram a viabilidade de conduzir avaliações de risco individuais para megaeventos durante a pandemia da COVID-19, considerando o contexto epidemiológico. A retomada foi satisfatória e teve um impacto, em geral, positivo. Além disso, não houve registros de novos casos de COVID-19 decorrentes da reabertura do Adelaide Oval (Chan *et al.*, 2021).

Entretanto, o mesmo não ocorreu no caso do retorno dos Jogos Olímpicos de 2020 que seriam realizados, entretanto só veio acontecer no ano de 2021, entre julho e agosto. Devido às preocupações com o aumento potencial de infecções por COVID-19, o COI e o governo japonês foram incapazes de acomodar torcedores e turistas em Tóquio. Além disso, não foi efetiva a promoção da imagem do país e da cultura local, para atrair mais visitantes a longo prazo, assim como o crescimento econômico apresentou resultados bem distantes dos estimados pelo governo do país (Ilevbare; McPherson, 2022).

Durante o ano de 2020, diversos megaeventos da agenda da cidade de São Paulo não ocorreram, devido a pandemia da COVID-19, decretada em 11 de março de 2020 (Resende, 2022). A maioria dos eventos que estavam com datas marcadas recorreram ao meio virtual e, no caso da gastronomia, foram usados o *drive-thru* e *delivery*. Em 2020, dos 34 megaeventos do calendário da SPTuris, 23 foram realizados, sendo 4 presenciais, 15 na versão online e outros 3, relacionados à gastronomia, ocorreram por meio de serviço de *delivery* (Da Silva; Aulicino, 2021).

2.4 A Fórmula 1 e seu Impacto Turístico e Econômico

No ano de 1950, a Federação Internacional de Automobilismo criou a Fórmula 1, com o intuito de somar todos os Grandes Prêmios que ocorriam para Europa em um único campeonato. A palavra “formula” foi escolhido para simbolizar as diretrizes específicas que todas as equipes devem aderir ao projetar seus carros, incluindo o

tipo de motor, o número de cilindros e as dimensões do veículo. A primeira corrida ocorreu no dia 13 de maio de 1950, no circuito do Grande Prêmio de Silverstone, na Inglaterra (Duarte, 2004).

As corridas dos Grandes Prêmios são categorizadas como eventos recorrentes de alta competição e importância global. Embora essas competições não tenham a exclusividade e notoriedade que eventos como as Olimpíadas possuem, elas conseguem estabelecer uma sensação de tradição que é muito atrativa para o turismo (Ritchie, 1984).

Durante o Grande Prêmio de Xangai, o investimento financeiro trazido por participantes não locais ou internacionais apresentou um efeito mais marcante sobre a economia do que o investimento de participantes locais, pois os eventos de Fórmula 1 não apenas impactam a indústria esportiva, como os comércios turísticos e os hotéis locais. Portanto, para maximizar o impacto econômico de um evento esportivo, as cidades-sede deveriam focar em atrair um público não local e internacional. (Kim *et al.*, 2017).

Já no primeiro ano, o Grande Prêmio de Singapura se estabeleceu como um caso exemplar no contexto do turismo de eventos esportivos, com impactos significativos nas estratégias de desenvolvimento e marketing. Embora o evento pareça ter atingido a maioria das metas estabelecidas oficialmente, ainda há incerteza quanto à relação entre os custos e benefícios envolvidos. O aprendizado proveniente da organização do evento é contínuo, especialmente porque o campo do turismo é caracterizado por uma constante mudança, trazendo novos desafios e questões a serem resolvidas (Henderson *et al.*, 2010).

A partir de entrevistas realizadas com as partes interessadas do Grande Prêmio de Baku, Mirzayeva *et al.* (2020) argumentam que sediar um megaevento pode simbolizar a revitalização de uma cidade, especialmente se houver um plano governamental sólido para o uso futuro das instalações criadas para o evento. Porém, é importante que medidas específicas sejam implementadas para minimizar as preocupações da comunidade. Isso inclui questões como o desperdício de investimentos, os custos elevados de construção, a superlotação de espaços públicos, o potencial aumento nos preços de bens, serviços e imóveis, bem como o congestionamento de tráfego.

Apesar de ser o local onde o esporte nasceu, os Grandes Prêmios na Europa não apresentam um impacto positivo sobre o PIB per capita, emprego ou turismo na

região anfitriã, podendo apresentar resultados negativos dentro de três a quatro anos após o evento. Portanto, seria importante que os governos europeus realizassem uma análise antes de renovar contratos sediar e investir significativo de fundos públicos em tais eventos (Storm; Jakobsen; Nielsen, 2019).

Foi no ano de 1972 que ocorreu a primeira corrida oficial em solo brasileiro, marcando o 1º Grande Prêmio do Brasil, no circuito de Interlagos. O Autódromo já existia desde os anos de 1940, porém sofreu diversas alterações para, por fim, está de acordo com os padrões estabelecidos pela FIA (Duarte, 2004). O Brasil está entre o exclusivo grupo de dez países que mais frequentemente sediaram corridas de Fórmula 1 ao longo das sete décadas de existência do esporte (Andrade, 2022).

O Brasil marcou o primeiro ano sem fazer parte oficialmente do calendário de corridas do campeonato no ano de 2020, juntamente com todos os países do continente americano, quando ocorreu o cancelamento por conta da COVID-19. Além disso, o ano de 2020 marcava o final do último contrato renovado do Grande Prêmio do Brasil (Pires, 2020). Com o cancelamento do megaevento, foi estimado que a cidade de São Paulo perdeu cerca de R\$ 400 milhões (Sakate, 2020).

Era do interesse do ex-presidente Jair Bolsonaro que o Grande Prêmio do Brasil voltasse a ser sediado pela cidade do Rio de Janeiro, no Autódromo que estava previsto ser construído. No passado, o campeonato ocorreu na cidade, no circuito de Jacarépagua, no ano de 1978 e entre os anos de 1981 e 1989 (Pires, 2020). Entretanto, o ex-prefeito de São Paulo, Bruno Covas, comprou os direitos para sediar o campeonato entre os anos de 2021 e 2025. Além disso, ocorreu a alteração do nome do evento para Grande Prêmio de São Paulo (Vecchioli, 2020).

3 Metodologia

As pesquisas podem ser definidas a partir da finalidade e quais os meios utilizados. Na finalidade de atingir os objetivos específicos, planeja-se empregar um método de pesquisa descritiva. Já a análise dos dados e a extração das informações complementares feito por meio da pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2008).

A pesquisa descritiva tem como finalidade descrever em detalhes o que é posto em foco e se concentra em quatro aspectos principais: a descrição, o registro, a análise e a interpretação de fenômenos atuais, com o objetivo de entender seu funcionamento no momento atual (Marconi; Lakatos, 2017). O objetivo desse tipo de pesquisa é identificar informações sobre determinado grupo, como locais visitados, gastos feitos na viagem, meio de transporte utilizado, além de explorar a conexão entre os eventos (Gil, 2008).

A fim de recomendar estratégias para o progresso acadêmico, Getz (2008) identificou as questões críticas de pesquisa e as deficiências teóricas em diversos tópicos relacionados ao turismo de eventos. Pesquisas que estivessem ligadas a área de Ciências Sociais e com objetivo de analisar o comportamento dos índices de um evento dentro de um período de tempo, um dos possíveis métodos de pesquisa recomendados seria a revisão de documentos.

Portanto, para investigação do problema, a metodologia da pesquisa pode ser classificada como bibliográfica, desenvolvida usando informações provindas de artigos, livros e boletins, com o intuito de compor com a parte teórica do que vai ser abordadas. Assim como também pode ser classificada como pesquisa documental, visto que a análise será feita a partir de dados secundários, provindos de estudos e relatórios elaborados pelo Observatório de Turismo e Eventos (OTE) da São Paulo Turismo (SPTuris), em colaboração com o Centro de Inteligência da Economia do Turismo (CIET) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Conselho de Turismo da Fecomércio-SP.

Dos relatórios do Grande Prêmio de São Paulo, elaborados pelo OTE, foram retirados apenas os dados numéricos e suas descrições, que serão complementadas com discussões, na medida em que forem sendo apresentadas.

Serão analisados apenas os dados do Grande Prêmio do Brasil e São Paulo referentes aos anos pré, durante e pós crise sanitária mundial causada pela COVID-19, ou seja, os anos de 2019, Grande Prêmio do Brasil, 2021 e 2022, Grande Prêmio

de São Paulo. O ano de 2020 não será abordado pois ocorreu o cancelamento do evento.

Segundo Ritchie (1984), existem duas abordagens para coletar informações sobre o impacto de um evento. As medidas diretas coletam informações diretamente dos participantes antes, durante ou após o evento. Já as medidas indiretas obtêm dados de organizações cujas atividades ou desempenho são influenciados pelo evento em questão. Com isso, os dados seguem esses dois tipos de abordagens de coletas. A medida direta foi dada por meio de entrevistas as pessoas que estiveram presente ao longo dos três dias em que ocorre o evento, afim de trazer dados a respeito do perfil e da opinião do público do evento, se veio de outra cidade ou reside na cidade de São Paulo, opção de acomodação e transporte, gasto com o evento, entre outros. O tamanho da amostra de pessoas entrevistadas em cada ano foi de: 1.213 em 2019; 1.214 em 2021; e 1.215 em 2022. As informações coletadas de forma indireta trazem dados a respeito da movimentação financeira, a geração de empregos, montante de tributos e alcance midiático que o evento causou na cidade de São Paulo. O Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 dos anos de 2019 a 2022 ocorreram no mês de novembro, portanto os dados analisados da cidade são relativos a esse mês.

4 Resultados e discussões

A pesquisa é classificada como descritiva, bibliográfica e documental. Os principais dados foram coletados dos relatórios do Observatório de Turismo e Eventos (OTE) da São Paulo Turismo (SPTuris) em cooperação com Centro de Inteligência de Economia do Turismo (CIET) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Conselho de Turismo da Fecomércio-SP, além dos artigos, livros e boletins.

Para termos de apresentação dos resultados, a análise do desempenho será feita a partir de parâmetros elaborados por Ritchie (1984), para avaliar dos impactos dos grandes eventos. Os impactos podem ser classificados por: (1) econômico, representa o aumento da receita e geração de emprego; (2) turístico/comercial, representa o aumento das estadias e comércio local; (3) físico, representa a manutenção e construção da infraestrutura; (4) sociocultural, representa o aumento do interesse local; (5) psicológico, representa satisfação e aumento do orgulho; e (6) político, representa o reconhecimento internacional e propagação dos valores políticos (Ritchie, 1984). As classificações foram adaptadas, de acordo com similaridade temática, e os dados serão avaliados pelo: (1) impacto econômico; (2) impacto físico; e (3) impacto sociopolítico (Varotti; Nassif; de Souza, 2020).

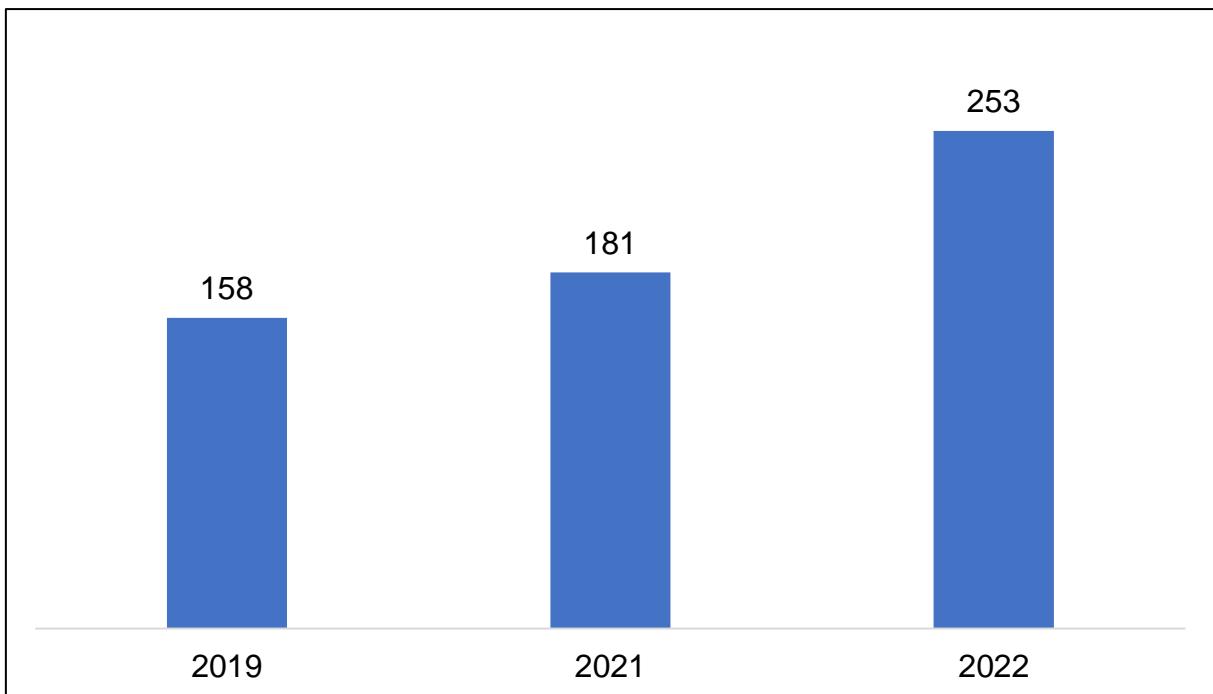
Na seção do impacto econômico serão apresentados os resultados que Grande Prêmio de São Paulo traz sobre a economia, comércio e turismo. Em seguida, na seção do impacto físico, a abordagem será sobre os gastos na infraestrutura e as mudanças que ocorrem entorno do Autódromo de Interlagos, no período de organização para sediar o evento. Por fim, na seção de impacto sociopolítico serão discutidos os efeitos do evento sobre as questões socioculturais, psicológicas e políticas.

4.1 Impacto Econômico

Para dar início, foi investigado acerca do tamanho do público do evento, para evidenciar, principalmente, se mesmo diante da pandemia da COVID-19, o ano de 2021 apresentou um desempenho aceitável e comparar essa informação com os outros anos. Além disso, esse dado é importante para avaliar o impacto em todas as outras atividades do evento. Segundo os dados trazidos pelo OTE, no ano de 2019 o Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 apresentou um número total de 158 mil

peças ao longo dos três dias de evento. No ano de 2021 ocorreu a edição seguinte, por conta do cancelamento da edição de 2020, e essa apresentou um crescimento de mais de 23 mil, ou seja, um aumento de 14,6% do público, somando 181 mil pessoas nos três dias, sendo 104 mil turistas. Já em 2022 o crescimento foi ainda mais expressivo. A edição de aniversário de 50 anos do circuito de Interlagos apresentou um aumento de 39,8% do público, somando 253 mil visitantes durante os dias do evento. O gráfico 1 consegue ilustrar melhor esse crescimento do público que frequentou o Autódromo de Interlagos durante o período que ocorre a corrida.

Gráfico 1 - Total do público ao longo dos três dias do evento, por ano (em mil)

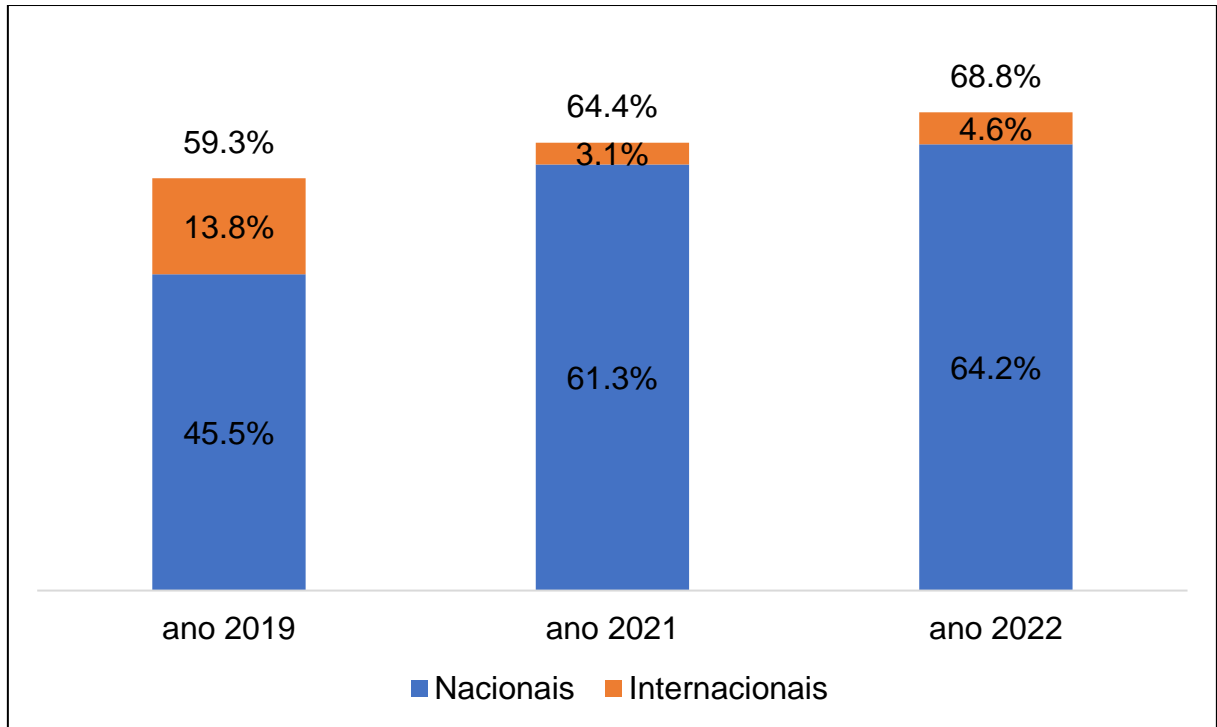


Fonte: Baseado em dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Investigando a respeito do local de origem do público, o OTE trouxe resultados de que, no ano de 2019 o evento foi composto por 59,3% das pessoas vindo de outras cidades, principalmente das cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Curitiba. Em 2021, mesmo diante da pandemia da COVID-19, o público de fora da cidade de São Paulo se manteve como a maioria, representando a ocupação de 64,4% dos assentos do evento, aumentando para 68,8% no ano de 2022. O público internacional também compõe essa estatística, ocorrendo, inclusive, nessa época um aumento na procura por seguros de viagem que são válidos no Brasil. O evento de 2019 foi composto com 13,8% de pessoas de outros países, 3,1% no ano de 2021 e 4,6% no ano de 2022. O

gráfico 2 mostra a porcentagem total do público turista, assim como também mostra o quanto dessa porcentagem é composta por turistas brasileiros, de outras cidades e estados, e estrangeiros.

Gráfico 2 – Público turista do evento, por local de origem



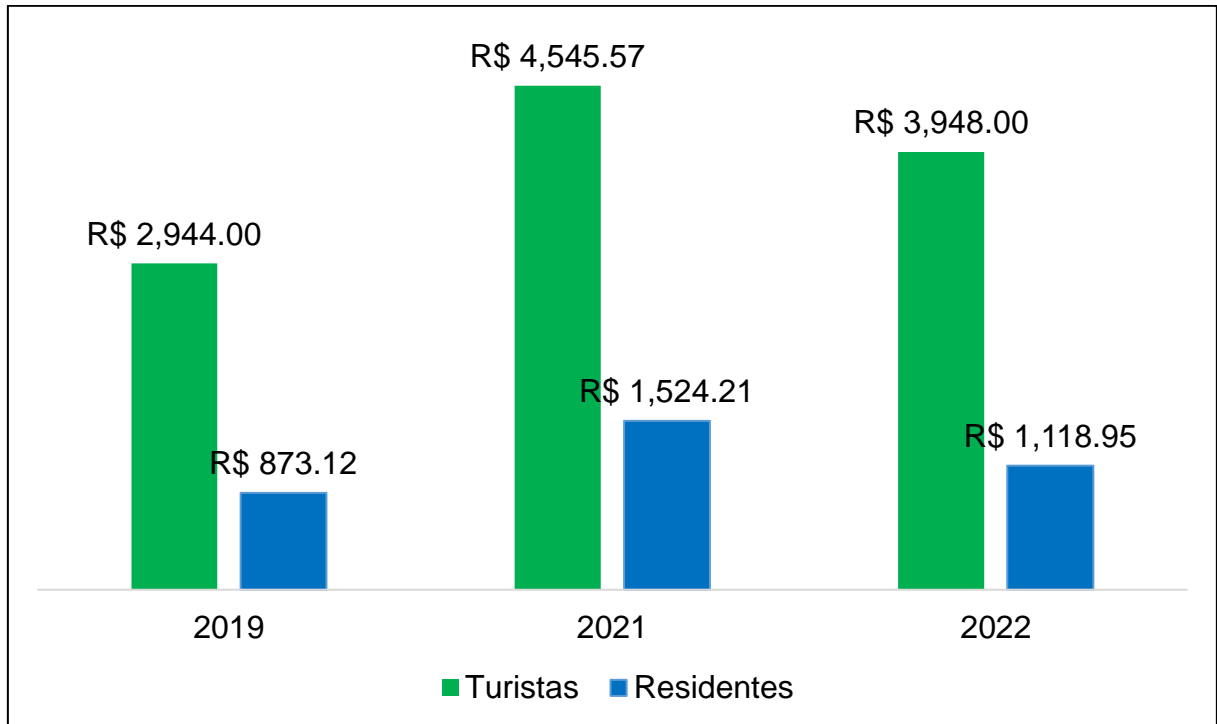
Fonte: Baseado em dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Quanto ao gasto do público, os resultados da pesquisa foram mostrados que os residentes da cidade gastam aproximadamente R\$ 1,2 mil em todos os anos analisados, o público estrangeiro chegou a apresentar uma média de gasto de R\$ 5.971,14 no ano de 2021. O público estrangeiro provém principalmente de países da América do Sul, como Argentina, Chile e Paraguai. Foi observada uma situação similar por Baumann e Matheson (2018) em seu estudo sobre Copa do Mundo de 2014 no Brasil, que grande parte do aumento do turismo estrangeiro foi composto por pessoas que vieram da Argentina.

O resultado do gasto médio do turista nos anos estudados foi de R\$ 2.944,00 em 2019, R\$ 4.545,57 em 2021 e R\$ 3.948,01 em 2022, segundo o OTE. O gráfico 3 mostra a comparação do gasto médio dos turistas e dos residentes da cidade de São Paulo, em cada ano. Assim, mostrando a importância de ter um público

majoritariamente de outros lugares, pois esse gasto extra é, muitas vezes, injetado nos setores de comércio local (Kurtzman, 2005).

Gráfico 3 - Gasto médio do público do evento, por local de origem

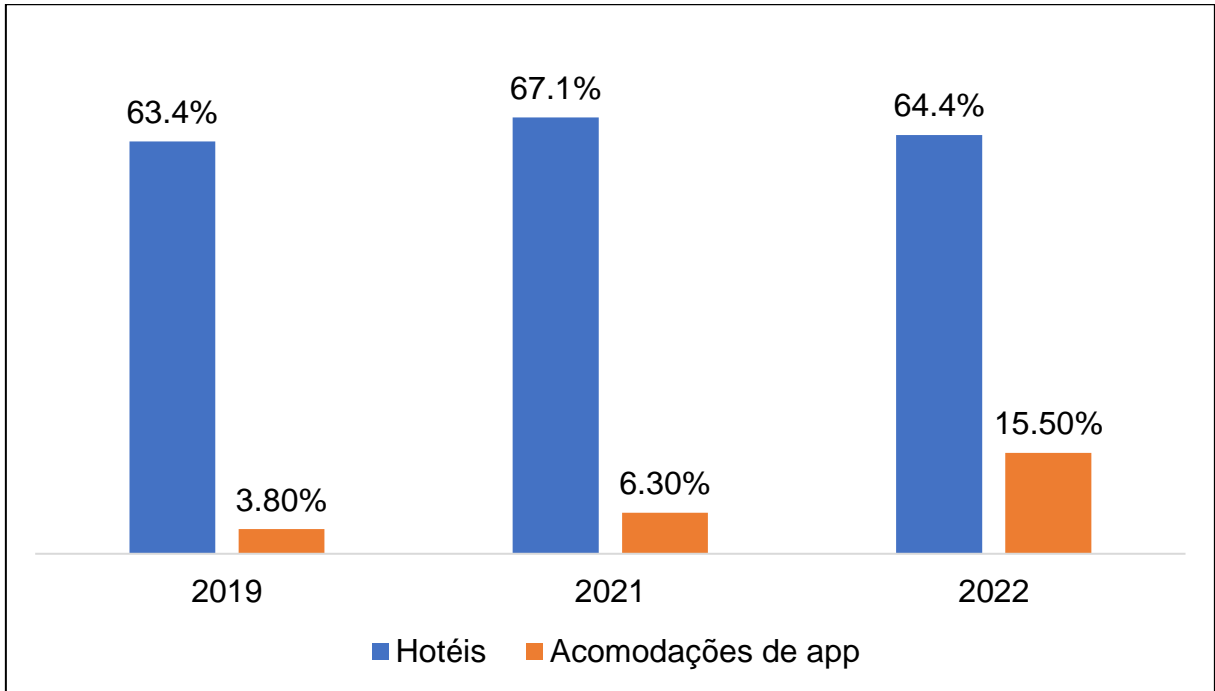


Fonte: Baseado em dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

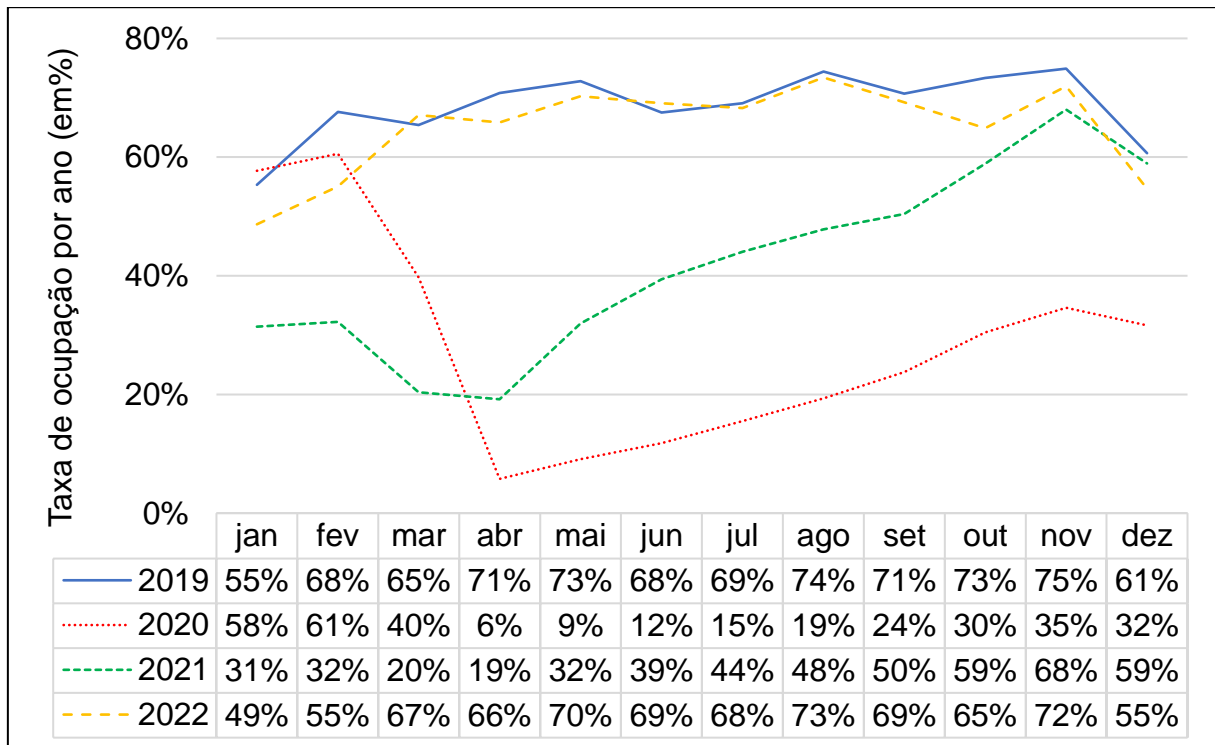
A atividade hoteleira e serviços online de acomodação, como, por exemplo, Airbnb e Quinto Andar, também experimentam impacto positivo por conta do megaevento. No ano de 2021, desde agosto, com a permissão para a retomada de eventos, a ocupação hoteleira em São Paulo apresentou um crescimento (SPTuris, 2021). No ano de 2019, 63,4% das pessoas que estavam visitando a cidade ficaram hospedadas em hotéis e acomodações do Airbnb e similares, tendo um aumento no ano de 2021 para 67,1%, porém sofreu uma leve queda no 2022 para 64,4%. Pode ser observado uma mudança de preferência dos turistas em relação a hospedagem, visto que no ano de 2019 apenas 3,8% optaram por acomodações de serviços online, em comparação com 59,6% que optaram por hotéis. Já no ano de 2022, a opção por Airbnb subiu para 15,5% e a opção por hotéis sofreu queda para 48,9%, segundo os dados. O restante do público não citado nas estatísticas anteriores, optaram por acomodações que não afetam o comércio do segmento, ou seja, optaram por se acomodar em casa de amigos, por exemplo. O gráfico 4 ilustra a opção de

acomodação escolhida pelos turistas, em cada um dos anos, e gráfico 5 mostra o desempenho da ocupação hoteleira da cidade em cada um dos anos, incluindo o ano de 2020, que ocorreu o cancelamento do Grande Prêmio de São Paulo por conta da pandemia.

Gráfico 4 - Opção de acomodação escolhida pelos turistas do evento, por ano



Fonte: Baseado em dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Gráfico 5 - Desempenho da ocupação hoteleira da cidade de São Paulo, por meses e anos

Fonte: Baseado em dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

De acordo com uma pesquisa do OTE realizada em 2022, 72,7% dos turistas que estiveram na cidade para o Grande Prêmio de São Paulo afirmaram que realizaram outras atividades na cidade. Em todos os anos, as atividades que as pessoas que vão assistir as corridas mais realizam, além de comparecer aos eventos, seguindo a ordem da mais buscada para a menos, são: gastronomia, compras, visitar bares, fazer passeios turísticos, ir a teatros, cinemas e shows, visitar museus e parques e participar de eventos.

O Grande Prêmio de São Paulo, assim como outros grandes eventos reconhecidos internacionalmente, impulsiona vários setores econômicos da cidade anfitriã. Estes impactos se manifestam diretamente através dos gastos feitos pela organização, patrocinadores e participantes. Além disso, há um efeito indireto que se refere à atividade econômica impulsionada pela cadeia produtiva ligada ao evento. Isso leva à geração de empregos, tanto diretos quanto indiretos, incluindo posições formais e informais, e também contribui para a coleta de impostos (SPTuris, 2022). As tabelas a seguir trazem os dados da movimentação financeira, do montante de tributos pagos e da quantidade de empregos gerados pelo evento nesses anos, além da taxa

de variação, entre as edições, do valor total apresentado por cada uma dessas áreas que foram impactadas.

Tabela 1 - Movimentação financeira, por setor de atividade econômica do evento

Setor	Ano		
	2019	2021	2022
	Milhões (R\$)		
Público do evento	361,4	549,2	765,3
Organização	172,6	219,0	284,7
Patrocinadores	62,5	126,8	200,5
Transmissão e mídia	31,2	64,5	120,7
Total	627,7	959,5	1371,2

Fonte: Adaptado do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Tabela 2 - Tributos, por setor de atividade econômica do evento

Setor	Ano		
	2019	2021	2022
	Milhões (R\$)		
Público do evento	49,7	80,3	112,6
Organização	23,4	33,9	44,1
Patrocinadores	10,1	19,5	30,8
Transmissão e mídia	7,3	10,1	18,9
Total	90,5	143,8	206,4

Fonte: Adaptado do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Tabela 3 - Empregos, por setor de atividade econômica do evento

Setor	Ano		
	2019	2021	2022
Público do evento	3.852	6.294	9.026
Organização	1.474	1.832	2.381
Patrocinadores	623	1.081	1.711
Transmissão e mídia	196	391	590
Total	6.145	9.598	13.708

Fonte: Adaptado do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Tabela 4 - Taxa de variação do impacto econômico do evento

	Variação entre as edições dos anos	
	2019 - 2021	2021 - 2022
Movimentação financeira	52,9%	42,9%
Tributos	58%	44,3%
Empregos	56,2%	42,8%

Fonte: Baseado nos dados do Observatório de Turismo e Eventos da SPTuris

Durante o evento de 2021, os setores de empregos indiretos que viram a necessidade de expandir suas equipes foram os de hospedagem e locação de veículos. Os outros setores não identificaram essa demanda (SPTuris, 2021).

Esse impacto econômico percebido após um evento também traz uma influência positiva na qualidade de vida dos residentes. De acordo com Kaplanidou *et al.* (2013), o período do pré-evento esse impacto ainda não consegue ser sentido pela população. Esse fenômeno pode ser parcialmente explicado pelo fato de que sediar megaeventos apresentar esses resultados de benefícios econômicos, como aumento do emprego, atração de turistas, aumento dos gastos turísticos, incremento nas receitas fiscais e melhorias na infraestrutura.

4.2 Impacto Físico

O Grande Prêmio de São Paulo acontece anualmente e isso por si só já resulta em um benefício, visto que a infraestrutura preparada para o evento não se torna um “elefante branco”, assim como ocorre em casos de outros megaeventos esportivos, como Copa do Mundo. Isso resulta em investimentos relativamente menores em infraestrutura, que são necessários apenas para manutenções ou alterações, aumentando a probabilidade de que o evento gere impactos econômicos líquidos positivos para a cidade (Storm; Jakobsen; Nielsen, 2019).

A Prefeitura de São Paulo usa de diversas estratégias para minimizar ao máximo os custos com a manutenção do Autódromo. Para o Grande Prêmio é necessário que ocorra a montagem das arquibancadas, que são desmontadas ao final do evento, e isso representa um alto custo. Porém, o custo de manutenção seria ainda

maior caso fossem fixas. Essas arquibancadas mantêm o mesmo número de ocupação em todos os anos observados, portanto o custo médio é similar. As arquibancadas extras, montadas por patrocinadores, não foram consideradas. Além disso, acontecem diversos eventos ao longo do ano para que o Autódromo se mantenha sempre em atividade e ao final de cada ano apresente receitas maiores do que as despesas (Varotti; Nassif; Souza, 2020).

Em relação aos meios de transporte da cidade, em todos os anos analisados a Prefeitura de São Paulo, através da Secretaria de Mobilidade e Trânsito (SMT) e da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), organizou a Operação Interlagos. Durante o período de organização e realização do evento, o CET monitora o trânsito da região ao redor do Autódromo, para manter a segurança e fluidez devido as alterações na sinalização e bloqueios de algumas vias, sendo muito similares todos os anos. Além disso, são incluídas linhas exclusivas de ônibus para facilitar o acesso do público (Prefeitura Municipal de São Paulo, 2022). Todas essas mudanças no transporte da cidade também compõe os gastos que a prefeitura tem ao sediar um evento desses portes, que necessita de uma grande mobilização no seu entorno.

O ambiente em torno do Autódromo é também movimentado por algumas obras, períodos antes e durante o evento. Assim, mesmo que essa atenção ocorra apenas por conta do Grande Prêmio, a região é beneficiada anualmente. Entretanto, durante esse período, os moradores do bairro precisam se identificar constantemente para ter acesso as ruas bloqueadas (Varotti; Nassif; Souza, 2020). Esse sistema acaba gerando um transtorno em alguns momentos, por exemplo, no horário de retorno às residências. Ligando isso ao impacto psicológico que um megaevento pode trazer, o bem-estar dos moradores acaba sendo afetado negativamente devido a essas alterações. Segundo Mirzayeva *et al.* (2020), para que o impacto de sediar megaeventos apresente mais benefícios, é importante que o bem-estar dos residentes seja preservado.

4.3 Impacto Sociopolítico

As percepções positivas dos residentes em relação aos impactos de eventos estão correlacionadas de forma positiva com o capital psicológico, que por sua vez afeta o bem-estar psicológico ao longo do tempo. Aspectos como interesses culturais

e o orgulho comunitário desempenham um papel particularmente significativo na melhoria do bem-estar psicológico dos residentes (Sato *et al.*, 2020).

Em todos os anos, a satisfação do público foi extremamente alta, ao nível de que apresentarem um desejo de mais de 90% de retornar ao evento na próxima edição. A edição de 2021 apresentou a taxa mais alta, com 96,3% desejando retornar. Isso pode ser explicado pela emoção vivida durante a corrida desse ano. A edição apresentou uma disputa intensa entre os dois pilotos com maiores torcidas e um dos pilotos, Lewis Hamilton, que tem favoritismo pela torcida brasileira, repetiu o gesto histórico de Ayrton Senna, de carregar a bandeira do Brasil na volta extra, após cruzar a linha de chegada e decretar sua vitória (SPTuris, 2021).

Esse momento também fez com que o desempenho midiático do ano de 2021 superasse os outros que estão sendo observados. No ano de 2022, o evento gerou grande repercussão na mídia, acumulando 8 mil notícias entre os dias 10 e 16 de novembro, abrangendo plataformas digitais, jornais, rádio e TV. Comparativamente, no mesmo intervalo de tempo em 2021, houve a divulgação de 12 mil notícias. Isso indica que a cobertura em 2022 foi 33% menor do que no ano anterior. Contudo, a quantidade de notícias em 2022 ainda superou significativamente a edição de 2019. Além disso, 41% das publicações dessas mídias carregavam o nome da cidade sede e isso afeta positivamente a imagem de São Paulo e do Brasil (SPTuris, 2022).

A cobertura midiática de um megaevento pode ter o efeito de aprimorar a percepção do país anfitrião como destino turístico. Esse tipo de exposição pode, conseqüentemente, criar legados sociais que influenciam positivamente a demanda turística para o local (Li; McCabe, 2021). Os avanços significativos nas tecnologias de comunicação de massa, particularmente no desenvolvimento da televisão por satélite, permitiram a criação de audiências globais para esses eventos de grande escala (Horne; Manzenreiter, 2006).

Todos os anos é questionado as pessoas que frequentam o evento a respeito da importância do Grande Prêmio de São Paulo para o reconhecimento internacional da cidade e a grande maioria concorda que o evento é muito relevante para imagem e marketing de São Paulo. Ainda, mais de 80% dos turistas classificaram como ótima e boa a experiência de visita à cidade, em todos os anos observados.

Segundo Ritchie (1984), os objetivos políticos associados a eventos de marca são mais evidentes no nível macro. Governos ou grupos privados podem usar esses eventos para aprimorar a reputação de uma região ou cidade com fins comerciais e

turísticos. Além disso, esses eventos também podem ser usados para promover uma determinada ideologia.

O ano de 2021 foi afetado por um impacto político de propagação de valores específico que não foi experimentado pelos outros anos, por duas razões: ainda estava muito próximo do início da vacinação contra a COVID-19 no Brasil e o foi o ano de renovação do contrato para que o evento ocorresse até 2025 em solo brasileiro. Por conta disso, o chefe da FOG (Formula One Group) e que também trata de assunto ligado a renovação dos contratos, Stefano Domenicali, revelou que teve dificuldade e demorou um tempo antes de confirmar que Interlagos iria sediar mais uma edição nesse ano. Porém, o governador de São Paulo, no período sendo João Dória, garantiu que a campanha de vacinação iria ocorrer de forma eficaz (Petrocilo, 2021).

Antes da renovação, ocorreu uma movimentação para que o Grande Prêmio voltasse a ser sediado pela cidade do Rio de Janeiro. Na época, o governador do estado, juntamente com o ex-presidente Jair Bolsonaro, se reuniram com os executivos da FOG com o objetivo de mudar a sede do evento (Pires, 2020). Somado a isso, o governo do ex-presidente já não apresentava uma impressão boa para a população e o mundo, devido ao racha do partido o qual fazia parte e a CPI do COVID (Gomes, 2021).

Diante desse cenário, o ex-governador de São Paulo, João Dória, usou isso a favor da imagem da cidade e do seu governo, promovendo a ideia de interesse a saúde pública, indo de encontro ao que a presidência do país promovia. Ainda, foi esse motivo que ocorreu a alteração do nome do evento para Grande Prêmio de São Paulo, antes Grande Prêmio do Brasil (Ferrari, 2021). A campanha de vacinação no estado aconteceu de maneira fervorosa, com intuito de promover a cidade de São Paulo como “a capital mundial da vacina” (Petrocilo, 2021). Foi por conta da eficácia da vacinação na cidade que o Grande Prêmio de São Paulo se tornou o primeiro megaevento com capacidade de 100% do público (Galvani, 2021).

Foi questionado ao público do evento, nesse ano de 2021, se os protocolos de segurança sanitário no evento foram adequados e 89,5% demonstrou satisfação. Além disso, todos concordaram que o retorno dos eventos presenciais com alta participação do público teve um começo positivo. Eles destacaram a aceitação generalizada das diretrizes associadas à verificação da vacinação e outras medidas destinadas a diminuir os riscos à saúde (SPTuris, 2021).

5 Conclusão

A partir das observações feitas ao longo dessa pesquisa, é possível concluir que, mesmo diante de uma recuperação recente de uma crise sanitário global, a edição do Grande Prêmio de São Paulo no ano de 2021 apresentou um desempenho melhor do que a edição anterior, em 2019, inclusive, superou a edição de 2022 em alguns pontos que foram citados.

A edição foi mais evidentemente utilizada como propagação de valores políticos, assim como visto nesse estudo que os governos costumam usar bastante dos artifícios de sediar esses grandes eventos a seu favor. Porém, é possível dizer que foi, de certa forma, para benefício da população. A cidade de São Paulo foi uma das que apresentaram os maiores avanços, devido as grandes e excessivas campanhas de vacinação promovido pelo governo do estado (Governo de São Paulo, 2021).

Outro ponto foi a visibilidade internacional. Assim como comentado, o Brasil estava diante de uma presidência que apresentava instabilidade e indo de encontro ao que a maioria dos outros países estavam respeitando profundamente, o tema da saúde pública. Isso acabou impactando negativamente a imagem do país a nível global. O alto desempenho midiático da edição de 2021, bem melhor que os outros anos analisados, foi extremamente benéfico para o Brasil. Inclusive, essa é uma estratégia que os países já usaram, sediar grandes eventos, como Jogos Olímpicos, para restaurar a reputação (Grix, Brannagan; Houlihan, 2015).

Entretanto, alguns outros pontos precisam ser discutidos. Usar megaeventos esportivos para melhorar o bem-estar subjetivo da população é uma estratégia falha. Embora tais eventos possam gerar um impacto social positivo de curta duração, esse efeito tende a ser efêmero e não deixa um legado social duradouro ou uma melhora sustentável no bem-estar subjetivo (Taks; Rocha, 2022).

A organização de um megaevento deve ser entendida não como um objetivo focado em si, mas como parte de um planejamento ou estratégia de longo prazo para desenvolvimento e posicionamento. Esses eventos podem ter impactos significativos em várias dimensões (Mirzayeva *et al.*, 2020). Alguns foram observados nos resultados e discussões levantadas, dos anos 2019, 2021 e 2022 dos Grandes Prêmios na cidade de São Paulo.

Porém, é possível também analisar outros tipos de impactos que esses grandes eventos podem apresentar. Inclusive, é de reconhecimento acadêmico que os impactos ambientais, sociais e culturais dos eventos não receberam a devida atenção de uma expressiva parte da literatura que esse tema possui (Getz, 2008).

Portanto, é indicado o crescimento do número de estudos sobre os impactos de megaeventos, além do turismo, economia e política. Além disso, estudo que avaliem se é vantajoso para o Brasil hospedar eventos como esses, principalmente em cenários críticos, como foi o foco da pesquisa. Durante a pesquisa, foram encontrados alguns pontos negativos, como o bloqueio e alteração de algumas vias de trânsito para a organização do evento, gerando transtorno para moradores do bairro. Entretanto, ainda apresenta um vasto campo a ser explorado pela literatura sobre os benefícios socioeconômicos dos megaeventos.

Referências

- ANDRADE, Castilho de. Há 50 anos, nosso primeiro Grande Prêmio de Fórmula 1. **Fórmula 1 Rolex Grande Prêmio de São Paulo**. Disponível em: <<https://f1saopaulo.com.br/noticias/50-anos-primeiro-gp-f1/>>. Acesso em: 14 de julho de 2023.
- AULICINO, Madalena Pedroso; DA SILVA, Daiane Oliveira. Obstacles and adaptations of mega-events in São Paulo in the face of the COVID-19 Pandemic. *In*: DEMIR, Mahmut; DALGIÇ, Ali; ERGEN, Fatma Doğanay. **Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry**. IGI Global, 2022.
- BAUMANN, Robert; MATHESON, Victor. Mega-Events and Tourism: The Case of Brazil. **Contemporary Economic Policy**. v. 36, n. 2, p. 292-301, 2018.
- BEHSUDI, Adam. Wish you were Here. **Finance & Development**. v. 57, n. 4, p. 36-39, 2020.
- CARMODY, Sean; MURRAY, Andrew; BORODINA, Mariya; GOUTTEBARGE, Vicente; MASSEY, Andrew. When can professional sport recommence safely during the COVID-19 pandemic? Risk assessment and factors to consider. **British Journal of Sports Medicine**. v. 54, n. 16, p. 946-953, 2020.
- CHAN, Joel Ern Zher; LEE, Angela; LEASE, Chris; SPURRIER, Nicola. Recommencement of Sport Leagues with Spectators at the Adelaide Oval. **Frontiers in Public Health**. v. 9, 2021.
- CHEN, Yawei. The future of mega-events, post-COVID-19 pandemic: The resilient path towards legacy creation? **International Review for Spatial Planning and Sustainable Development**. v. 10, n. 2, p. 169-178, 2022.
- COATES, Dennis; HUMPHREYS, Brad R. Do Economists Reach a Conclusion on Subsidies for Sports Franchises, Stadiums, and Mega-Events? **Econ Journal Watch**. v. 5, n. 3, p. 294-315, 2008.
- DUARTE, Orlando. **História dos Esportes**. 6º edição. São Paulo. Senac.
- DWYER, Larry; FORSYTH, Peter; SPURR, Ray. Estimating the Impacts of Special Events on an Economy. **Journal of Travel Research**. v. 43, n. 4, p. 351-359, 2005.
- EADINGTON, William R.; REDMAN, Milton. Economics and Tourism. **Annals of Tourism Research**. v. 18, n.1, p. 41-56, 1991.
- FERRARI, Murillo. São Paulo anuncia renovação com F1 para prova em Interlagos até 2025. **CNN Brasil**. São Paulo. 12 Nov 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/f1-renova-contrato-com-sao-paulo-e-gp-do-brasil-segue-em-interlagos-ate-2025/>>. Acesso em: 10 de março de 2023.

FOURIE, Johan; SANTANA-GALLEGO, María. Mega-sport events and inbound tourism: New data, methods and evidence. **Tourism Management Perspectives**. v. 93, 2022.

FOURIE, Johan; SANTANA-GALLEGO, María. The impact of mega-sport events on tourist arrivals. **Tourism Management**. v. 32, n. 6, p. 1364-1370, 2011.

GALVANI, Giovanna. GP do Brasil vira GP São Paulo e terá 100% de público presente, diz Doria. **CNN Brasil**. São Paulo. 16 ago. 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/gp-do-brasil-vira-gp-sao-paulo-e-tera-100-de-publico-presente-diz-doria/>>. Acesso em: 20 de agosto de 2023.

GETZ, Donald. Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. **Tourism Management**. v. 29, n. 3, p. 403-428, 2008.

GIBSON, Heather J.; WALKER, Matthew; THAPA, Brijesh; KAPLANIDOU, Kyriaki; GELDENHUYS, Sue; COETZEE, Willie. Psychic income and social capital among host nation residents: A pre–post analysis of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. **Tourism Management**. v. 44, p. 113-122, 2014.

GOMES, Pedro Henrique. Terceiro ano de governo Bolsonaro é marcado por CPI, pandemia e ameaças à democracia. **G1**. Brasília. 30 Dez 2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/12/31/terceiro-ano-de-governo-bolsonaro-e-marcado-por-cpi-pandemia-e-ameacas-a-democracia.ghtml>>. Acesso em: 16 de agosto de 2023.

GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, C. Michael. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of Sustainable Tourism**. v. 29, n. 1, p. 1-20, 2021.

GRIX, Jonathan; BRANNAGAN, Paul Michael; HOULIHAN, Barrie. Interrogating States' Soft Power Strategies: A Case Study of Sports Mega-Events in Brazil and the UK. **Global Society**. v. 29, n. 3, 2015.

HENDERSON, Joan C.; FOO, Ken; LIM, Hermes; YIP, Serene. Sports events and tourism: the Singapore Formula One Grand Prix. **International Journal of Event and Festival Management**. v. 1, n. 1, p. 60-73, 2010.

HORNE, John; MANZENREITER, Wolfram. An introduction to the sociology of sports mega-events. **Sociological Review**. v. 54, n. 2, p. 1-24, 2006.

ILEVBARE, Solomon Imodu; MCPHERSON, Gayle. Understanding COVID-19: A Hybrid Threat and Its Impact on Sport Mega-Events. A Focus on Japan and the Tokyo 2020 Olympic Games. **Frontiers in Sports and Active Living**., v. 4, 2022.

KAPLANIDOU, Kyriaki (Kiki); KARADAKIS, Kostas; GIBSON, Heather; THAPA, Brijesh; WALKER, Matthew; GELDENHUYS, Sue; COETZEE, Willie. Quality of Life, Event Impacts, and Mega-Event Support among South African Residents before and after the 2010 FIFA World Cup. **Journal of Travel Research**. v. 52, n. 5, 2013.

KIMA, Min Kil; KIMB, Suk-Kyu; PARKC, Jae-Ahm; CARROLLD, Michael; YUE, Jae-Gu; NAF, Kyunga. Measuring the economic impacts of major sports events: the case of Formula One Grand Prix (F1). **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. v. 22, n. 1, p. 64-73, 2017.

KURTZMAN, Joseph. Economic impact: sport tourism and the city. **Journal of Sport & Tourism**. v. 10, n. 1, p. 47-71, 2005.

LI, ShiNa; MCCABE, Scott. Measuring the Socio-Economic Legacies of Mega-events: Concepts, Propositions and Indicators. **International Journal of Tourism Research**. v. 15, n. 4, p. 388-402, 2013.

MIRZAYEVA, Gulnar; TURKAY, Oguz; AKBULAEV, Nurkhodzha; AHMADOV, Fariz. The impact of mega-events on urban sustainable development. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**. v. 7, n. 3, p. 1653-1666, 2020.

MISHRA, PK; ROUT, Himanshu B.; SAHOO, Debasis. International Tourism and Economic Growth: Empirical Evidence from BRICS Countries. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**. v. 10, n. 6, p. 1994-1958, 2021.

MITCHELL, Heather; STEWART, Mark Fergusson. What should you pay to host a party? An economic analysis of hosting sports mega-events. **Applied Economics**. v. 47, n. 15, p. 1550-1561, 2015.

MOHANTY, Priyakrushna; HIMANSHI; CHOUDHURY, Rashmiranjan. Events tourism in the eye of the COVID-19 storm: Impacts and implications. *In*: ARORA, Shruti; SHARMA, Anukrati. **Event Tourism in Asian Countries**. n. 1. Apple Academic Press, 2022.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo - setembro, 2022. São Paulo. 2022.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. Desempenho dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo - março, 2023. São Paulo. 2023.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. GP Brasil de Fórmula 1 - 2019. São Paulo. 2019.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. GP São Paulo Fórmula 1 2021. São Paulo. 2021

OBSERVATÓRIO DE TURISMO E EVENTOS. GP São Paulo 2022. São Paulo. 2022.

OPERAÇÃO Especial de Trânsito para o "Grande Prêmio de São Paulo de Fórmula 1 - 2022". **Cidade de São Paulo Mobilidade e Trânsito**. 10 Nov 2022. Disponível em:

<<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/mobilidade/noticias/?p=337661>>

. Acesso em: 18 de agosto de 2023.

PETROCILLO, Carlos; TRINDADE, Luciano. GP de SP bate recorde de público na pandemia e vira propaganda política. **Folha de São Paulo**. 14 Nov 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/11/gp-de-sp-bate-recorde-de-publico-na-pandemia-e-vira-propaganda-politica.shtml>> Acesso em: 25 de março de 2023.

PIRES, Breiller. Cancelamento pode antecipar adeus de Interlagos à Fórmula 1. **El País**, São Paulo, 24 jul. 2020. Esportes. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/esportes/2020-07-24/cancelamento-pode-abreviar-adeus-de-interlagos-a-formula-1.html>>. Acesso em: 12 de março de 2023.

RITCHIE, J.R. Brent. Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. **Journal of Travel Research**. v. 23, n. 1, 1984.

RESENDE, Rodrigo. Decretação da pandemia pela OMS completa dois anos. **Rádio Senado**. 09 Mar 2022. Pandemia. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/03/09/decretacao-da-pandemia-pela-oms-completa-dois-anos#:~:text=A%20Organiza%C3%A7%C3%A3o%20Mundial%20da%20Sa%C3%BAde,11%20de%20mar%C3%A7o%20de%202020.>>. Acesso em: 14 de março de 2023.

ROCHE, Maurice. **Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture**. New York: Routledge, 2000.

SABINO, Fred. Um ano após a morte de Niki Lauda, relembre frases marcantes do tricampeão. **GE**. Rio de Janeiro. 20 Mai 2020. Disponível em: <<https://ge.globo.com/motor/formula-1/blogs/f1-memoria/post/2020/05/20/um-ano-apos-a-morte-de-niki-lauda-relembre-frases-marcantes-do-tricampeao-da-f1.ghtml>>. Acesso em: 8 de setembro de 2023.

SAKATE, Marcelo. São Paulo perde evento de R\$ 360 milhões com cancelamento da Fórmula 1. **CNN Brasil Business**. São Paulo. 24 Jul 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/sao-paulo-deixara-de-ganhar-r-360-milhoes-sem-prova-de-formula-1/>>. Acesso em: 16 de março de 2023.

SATO, Shintaro; KINOSHITA, Keita; KIM, Minjung; OSHIMI, Daichi; HARADA, Munehiko. The effect of Rugby World Cup 2019 on residents' psychological well-being: a mediating role of psychological capital. **Current Issues in Tourism**. v. 25, n. 5, p. 692-706, 2020.

SIEBERT, Bension; SMITH, Matthew. Thousands flock to Adelaide Oval for one of the largest sporting spectator events since lockdown. **ABC News**. 27 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.abc.net.au/news/2020-06-27/thousands-spectators-adelaide-oval-sanfl-coronavirus/12399920>>. Acesso em: 25 de julho de 2023.

SP avança em vacinação e tem menor média do ano de internações por COVID-19. **Governo de São Paulo**. São Paulo. 21 Set 2021. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/noticias-coronavirus/sp-avanca-em-vacinacao-e->

[tem-menor-media-do-ano-de-internacoes-por-covid-19-2/](#)>. Acesso em: 17 de agosto de 2023.

SPILLING, Olav R.. The entrepreneurial system: On entrepreneurship in the context of a mega-event. **Journal Business Research**. v. 36, n. 1, p. 91-103, 1996.

STORM, Rasmus K.; JAKOBSEN, Tor Georg; NIELSEN, Christian Gjersing. The impact of Formula 1 on regional economies in Europe. **Regional Studies**. v. 54, n. 6, p. 827-837, 2020.

TAKS, Marijke; ROCHA, Cláudio. Involvement, social impacts and subjective well-being: Brazilians' experiences from Rio 2016 Olympic and Paralympic Games. **World Leisure Journal**. v. 64, n. 4, p. 361-382, 2022.

VAROTTI, Felipe de Pilla; NASSIF, Vânia Maria Jorge; SOUZA, Doralice Lange de. Os Impactos do Gp Brasil de Fórmula 1 para a Cidade de São Paulo. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v.9, n. 1, p. 71-92, 2020.

VECCHIOLI, Demétrio. Prefeitura de SP compra direitos da F-1, mas impõe sigilo sobre valores. **UOL**. 18 Dez 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/olhar-olimpico/2020/12/18/prefeitura-de-sp-compra-direitos-da-f1-mas-impoe-sigilo-sobre-contrato.htm>>. Acesso em: 16 de março de 2023.

WILLIAMS, Jane; DEGELING, Chris; MCVERNON, Jodie; DAWSON, Angus. How should we conduct pandemic vaccination? **Vaccine**. v. 39, n. 6, p. 994-999, 2021