



OS IMPACTOS DO GP BRASIL DE FÓRMULA 1 PARA A CIDADE DE SÃO PAULO



Felipe de Pilla Varotti

Mestre em Administração – Universidade Nove de Julho (UNINOVE)
Universidade Federal do Paraná – Programa de Pós-Graduação em Educação Física
Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio
felipevarotti@hotmail.com



Vânia Maria Jorge Nassif

Livre-docente pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto- USP, FEA-RP USP, Brasil.
Universidade Nove de Julho (UNINOVE) - Programa de Pós-Graduação em Administração
vania.nassif@gmail.com



Doralice Lange de Souza

Pós-Doutorado na Coventry University, CU, Inglaterra
Universidade Federal do Paraná
Universidade Federal do Paraná – Programa de Pós-Graduação em Educação Física
desouzdo@yahoo.com

Resumo

Objetivo: Explorar quais foram os impactos gerados pelo GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo no período de 2015 a 2019.

Metodologia/abordagem: Qualitativa e exploratória. Analisamos documentos como relatórios publicados pela Prefeitura de São Paulo e pela empresa promotora do evento, bem como informações divulgadas em veículos de comunicação. Também conduzimos entrevistas com os seguintes interlocutores: a vice-prefeita da cidade de São Paulo na época e o diretor da empresa municipal responsável pela gestão do Autódromo de Interlagos, a CEO da empresa promotora e organizadora do evento no Brasil, um jornalista esportivo e um morador do bairro de Interlagos, região onde se localiza o Autódromo.

Originalidade/Relevância: Os Grande Prêmios de Fórmula 1 são utilizados por governantes como instrumentos de desenvolvimento e de promoção da imagem de suas sedes em nível internacional. Entretanto, ainda são incipientes os estudos acadêmicos sobre os impactos deste tipo de megaevento para suas cidades sedes.

Principais resultados: O GP Brasil gerou os seguintes impactos para a cidade: econômicos (recursos públicos investidos, geração de empregos temporários, melhora na venda de alguns serviços como hospedagem e alimentação e oportunidades para negócios entre empresas), físicos (modificações na estrutura de trânsito e manutenção de vias de acesso ao Autódromo) e socioculturais (sensação de orgulho dos moradores e aumento de insegurança na região do Autódromo).

Contribuições teóricas/metodológicas: Os resultados desta pesquisa sugerem que a realização de megaeventos pode ter impactos positivos quando ocorrem na mesma cidade ao longo dos anos, pois geram a possibilidade de reutilizar recursos pré-existentes e desenvolver conhecimentos e habilidades por parte de governantes e seus organizadores.

Palavras-chave: Megaeventos esportivos. Impactos de megaeventos esportivos. GP Brasil de Fórmula 1. Automobilismo.

Cite como

American Psychological Association (APA)

Varotti, F. de P., Nassif, V. M. J., & Souza, D. L. (2020). Os impactos do GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, 9(1), 71-92. <https://doi.org/10.5585/podium.v9i1.14484>.



THE IMPACTS OF THE BRAZILIAN FORMULA 1 GRAND PRIX IN THE CITY OF SÃO PAULO

Abstract

Objective: To explore the impacts generated by the Brazilian GP of Formula 1 for the city of São Paulo in the period from 2015 to 2019.

Research methods: Qualitative and exploratory. We analyzed documents such as reports published by the São Paulo City Government and by the company promoting the event, as well as information disclosed in media outlets. We also conducted interviews with the following interlocutors: the vice mayor of the city of São Paulo at the time, the director of the municipal company responsible for managing the Interlagos Racetrack, the CEO of the promoter company in Brazil, a sports journalist and a resident of the Interlagos district, where the racetrack is located.

Originality/Relevance: Formula 1 Grand Prix are used by government officials as instruments for the development and promotion of the image of their host cities at the international level. However, academic studies on the impacts of this type of mega event for their host cities are still incipient.

Main results: The Brazilian GP generated the following impacts in the city: economic (public investment, temporary jobs, sale of services and business opportunities between companies); physical (traffic flow and access roads close to the racetrack); and socio-cultural (sense of pride of residents and increased insecurity in the region of the racetrack).

Implications: The results of this research suggest that the holding of mega-events can have positive impacts when they occur in the same city over the years, since they generate the possibility of reusing pre-existing resources and developing knowledge and skills by part of the government and its organizers.

Keywords: Sports mega-events. Impacts of sports mega-events. Brazilian Formula 1 GP. Auto racing.

LOS IMPACTOS DEL GRAN PREMIO DE FÓRMULA 1 DE BRASIL EN LA CIUDAD DE SÃO PAULO

Resumén

Objetivo: Explorar los impactos generados por el GP de Brasil de Fórmula 1 para la ciudad de São Paulo en el período de 2015 a 2019.

Métodos de investigación: cualitativos y exploratorios. Analizamos documentos como informes publicados por el gobierno de la ciudad de São Paulo y por la empresa que promociona el evento, así como información divulgada en medios de comunicación. También realizamos entrevistas con los siguientes interlocutores: el vicealcalde de la ciudad de São Paulo en ese momento, el director de la empresa municipal responsable de administrar el Hipódromo de



Interlagos, el CEO de la empresa promotora en Brasil, un periodista deportivo y un residente del distrito de Interlagos, donde se encuentra el hipódromo.

Originalidad/Relevancia: Los funcionarios gubernamentales utilizan el Gran Premio de Fórmula 1 como instrumentos para el desarrollo y la promoción de la imagen de sus ciudades anfitrionas a nivel internacional. Sin embargo, los estudios académicos sobre los impactos de este tipo de mega evento para sus ciudades anfitrionas aún son incipientes.

Resultados principales: El GP de Brasil generó los siguientes impactos en la ciudad: económico (inversión pública, empleos temporales, venta de servicios y oportunidades de negocios entre empresas); físico (flujo de tráfico y caminos de acceso cerca del autódromo); y sociocultural (sentido de orgullo de los residentes y mayor inseguridad en la región del autódromo).

Implicaciones: Los resultados de esta investigación sugieren que la celebración de mega eventos puede tener impactos positivos cuando ocurren en la misma ciudad a lo largo de los años, ya que generan la posibilidad de reutilizar recursos preexistentes y desarrollar conocimientos y habilidades por parte de gobierno y sus organizadores.

Palabras clave: Mega eventos deportivos. Impactos de los mega eventos deportivos. GP de Fórmula 1 de Brasil. Carrera de autos.

Introdução

Megaeventos esportivos podem ser definidos como competições esportivas que possuem participação representativa e cobertura da mídia de grande parte dos países (Roche, 2008; Smith, 2009). Tais competições exigem consideráveis investimentos por parte de seus organizadores - entidades governamentais em conjunto com entidades privadas (Grix & Houlihan, 2013). Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos e a Copa do Mundo de Futebol (Grix & Houlihan, 2013; Roche, 2000, 2008), que por sua relevância em nível internacional, são megaeventos esportivos e recebem a classificação de eventos de primeira ordem (Grix, Brannagan, & Houlihan, 2015; Grix & Houlihan, 2013). Existem outros eventos que possuem as mesmas características dos grandes eventos, porém a representatividade tem menor expressão, sendo classificados como megaeventos de segunda ordem. São exemplos os Jogos Pan-americanos e campeonatos mundiais de esportes mais populares, tais como Rúgbi e Grandes Prêmios de Automobilismo (Grix et al., 2015; Grix & Houlihan, 2013).

Os megaeventos esportivos têm despertado cada vez mais o interesse de governantes (J. Horne, 2007; Smith, 2012), que utilizam eventos desta magnitude para conseguirem maior exposição na mídia nacional ou internacional (Gratton & Preuss, 2008; Grix & Houlihan, 2013; J. Horne, 2007; J. D. Horne & Manzenreiter, 2004), para ampliar a sua capacidade de angariar recursos (Gezici & Er, 2014; Gratton & Preuss, 2008; Spilling, 1996). Pesquisas apontam que os megaeventos são capazes de gerar desenvolvimento econômico (Burbank, Andranovich, & Heying, 2002; Hiller, 2000; Holt & Ruta, 2015; Preuss, 2015; Preuss & Solberg, 2006), além de fortalecer o turismo, uma vez que as cidades sedes passam a receber grande número de visitantes (Grix et al., 2015; Roche, 2008).



Para serem eleitos como anfitriões, as cidades e países precisam convencer as entidades organizadoras que são capazes de produzir eventos de qualidade (Preuss & Solberg, 2006), atendendo uma série de exigências onerosas (Horne & Manzenreiter, 2004), que demandam elevados investimentos de recursos humanos, financeiros e físicos (Tavares, 2011). Entretanto, nem sempre os benefícios pretendidos com a realização destes eventos são alcançados. Estes eventos podem deixar uma série de consequências econômicas e sociais negativas para a população (Castro, Starepravo, Coakley, & Souza, 2015; Coakley & Souza, 2013; Grix et al., 2015; J. Horne, 2007). Destarte, cabe aos governantes avaliarem se sediar um megaevento esportivo é uma forma inteligente de se investir recursos públicos (Castro et al., 2015; Coakley & Souza, 2013) com a finalidade de atrair impactos positivos para suas respectivas sedes.

Impactos de megaeventos esportivos podem ser definidos como as situações provocadas em curto prazo por este tipo de evento (Holt & Ruta, 2015; Preuss, 2007). Tais impactos ocorrem em diferentes áreas, sejam antes, durante ou após a realização do evento (Jones, 2001; Kaplanidou et al., 2013). Os impactos podem ser classificados em positivos - benefícios alcançados com a realização do evento; ou negativos - quando tais benefícios não são alcançados, causando, por exemplo, custos elevados, cronogramas atrasados, alta expectativa para um desenvolvimento urbano que não ocorreu e distribuição desigual de recursos para a população (Jago, Dwyer, Lipman, Lill, & Vorster, 2010; M. Müller, 2015a; Preuss, 2005; Preuss & Solberg, 2006). Vale ressaltar, no entanto, que quando se pensa em impactos positivos e negativos, faz-se necessário avaliar a quem estes refletem. Um mesmo impacto pode ser positivo para alguns grupos (ex. governantes, construtores, fornecedores) e negativos para outros (ex. população em geral) (Coakley & Souza, 2013).

No final dos anos 1980, a Fórmula 1 passou a ser vista por alguns governantes como um instrumento de promoção de imagem de seus países em nível internacional, visando melhorar a capacidade de atrair investimentos (Lefebvre & Roullet, 2011; Zimmermann, 2011). Essa situação colaborou para gerar o interesse de alguns estudos internacionais em avaliarem os impactos de Grandes Prêmios de Fórmula 1 para suas respectivas cidades sedes (Año, Duclos, & Pablos, 2010; Cheng & Jarvis, 2010; Fairley, Tyler, Kellett, & D'Elia, 2011; Getz, 1988; Gezici & Er, 2014; Henderson, Foo, Lim, & Yip, 2010; W. Kim, Jun, Walker, & Drane, 2015; Mao & Huang, 2016; Sanz, Moreno, & Camacho, 2012; Zhou, 2010). Entretanto, no Brasil os estudos sobre a temática são ainda incipientes. Autores como Almeida & Junior (2014), Matias & Mascarenhas (2015), Souza, Souza, Santos & Castro (2014) priorizaram suas pesquisas focando sobre megaeventos como os Jogos Olímpicos e Paralímpicos ou a Copa do Mundo de Futebol.

Buscamos então preencher parte dessa lacuna através de uma pesquisa de cunho exploratório que teve como objetivo explorar quais foram os impactos gerados pelo GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo no período de 2015 a 2019.

Fundamentação teórica

Megaeventos esportivos, como os Grandes Prêmios de Fórmula 1, possuem grande apelo comercial, acarretando interesse de consumidores e públicos, criando possibilidades de benefícios e impactos econômicos para suas sedes (Gogishvili, 2018; Gratton & Preuss, 2008; Preuss, 2015; Storm, Jakobsen, & Nielsen, 2019). Impactos econômicos podem ser definidos como as alterações econômicas líquidas nas cidades ou países sedes, gerados pela receita ou despesas provenientes dos megaeventos (Crompton, 1995). Eles estão relacionados à capacidade das sedes em atrair maiores investimentos e visitantes (Malfas, Houlihan, &



Theodoraki, 2004), potencializando a atividade comercial da região (Preuss & Solberg, 2006) e motivando assim, possibilidades de novos empregos (M. Müller, 2015b).

A geração de empregos diretos e indiretos é comum na fase de preparação e durante a realização dos megaeventos (Malfas et al., 2004; Preuss & Solberg, 2006; Ritchie, 1984). Estes são normalmente empregos temporários, nos quais as pessoas trabalham por conta própria ou são assalariadas e vinculadas a alguma empresa contratada para a realização do evento (Gratton, Preuss, & Liu, 2015).

Os megaeventos esportivos são também utilizados para ampliar o número de visitantes, diminuir a sazonalidade no fluxo turístico e alongar o ciclo de vida de uma cidade como destino turístico (Choe, Park, & Kim, 2016; Johnson, 2010). Eles são vistos como um trunfo turístico altamente significativo para as cidades sedes, pois atraem um grande número de turistas (Bramwell, 1997; M. Müller, 2015b; Preuss, 2007) dispostos a dispenderem uma quantia significativa de recursos para poderem vivenciar a experiência de participar destes eventos (Matheson & Baade, 2004). Impactos no comércio ou rede de serviços referem-se às oportunidades comerciais, potencializadas pelo aumento do número de visitantes nas cidades sedes, durante a realização do evento (Kaplanidou et al., 2013; Preuss & Solberg, 2006). Smith (2012) sinalizou que esse aumento no fluxo de turistas faz com que os eventos desse tipo se tornem plataforma para a venda de diversos serviços e produtos. O aumento da ocupação nos hotéis e restaurantes durante o período de realização do evento são exemplos de impactos em rede de serviços (S. S. Kim & Petrick, 2005). E ainda, megaeventos esportivos podem servir como um evento catalisador, reunindo empresas e empreendedores que identificam, avaliam e buscam oportunidades de negócios (Bittar, Serio, & Vasconcellos, 2018; Zampier, Takahashi, & Fernandes, 2012), valorizando sua imagem perante os seus possíveis stakeholders (Varotti & Malaia, 2016).

Para que uma cidade se torne sede de um megaevento esportivo, geralmente se faz necessário uma série de investimentos públicos, em diversas áreas (Burbank et al., 2002; Gezici & Er, 2014; Varotti & Nassif, 2019). Melhorias no transporte público e vias de acesso, reforma ou construção dos locais das competições, alojamentos e serviços de alimentação, são alguns exemplos de áreas onde tais recursos são empregados (Agha & Marijke, 2015). Em geral, os governantes buscam assegurar que o megaevento possa gerar uma compensação financeira e divulgam um potencial impacto positivo na economia local (Agha & Marijke, 2015; Malfas et al., 2004), uma vez que destinam recursos públicos para realização de eventos privados como esses (Gogishvili, 2018).

Entretanto, sabemos que tais afirmações não possuem uma base empírica sustentável. As promessas desses governantes podem ser facilmente contestadas e criticadas, alegando-se que tais recursos poderiam ser melhor aplicados se fossem utilizados para outras finalidades, tais como investimento em saúde ou educação (Fairley et al., 2011). E ainda, tais promessas não representam a opinião pública daquela comunidade, a qual, em muitos casos, nem ao menos é consultada (Mourão, 2017). Conforme apontam Coakley & Souza (2013), normalmente os maiores beneficiários de megaeventos esportivos são aqueles estrategicamente bem informados e posicionados para tirar vantagens destes eventos (ex. construtores, prestadores de serviços, governantes etc.).

Outro ponto a ser considerado é que os megaeventos provocam impactos na infraestrutura básica (H. Müller & Moesch, 2010) e no ambiente físico das cidades sedes (Malfas et al., 2004). Tais alterações podem ocorrer com a reforma ou construção das próprias instalações esportivas (Malfas et al., 2004). Por isso, se faz necessário que organizadores e poder público desenvolvam ferramentas gerenciais capazes de melhorar o desempenho e



reduzir os custos de obras relacionadas à construção de instalações (Chamberlain, Edwards, Lai, & Thwala, 2019).

Os impactos podem também estar relacionados ao ambiente natural e urbano. Impactos ambientais naturais incluem fatores como poluição do ar, danos aos recursos naturais e perturbações sonoras (Fairley et al., 2011). Já os impactos no ambiente urbano são aquelas ocasionadas em estruturas de transporte ou nas instalações e regiões próximas aos locais da competição (Antoniou, 2011).

Segundo Preuss (2005), os megaeventos também provocam impactos sociais que alteram o ritmo diário das pessoas (Grix & Houlihan, 2013). A cidade sede é invadida por espectadores, atletas e patrocinadores (Billings & Holladay, 2012), que influenciam nos padrões e estilo de vida dos moradores do entorno do megaevento (Hall, 1992; S. S. Kim & Petrick, 2005), na cultura destas cidades (Ritchie, 1984) e interferem em serviços, tais como transporte, turismo, segurança, saúde (Mao & Huang, 2016).

Embora para os políticos e organizadores, tais eventos representem uma oportunidade de impactos positivos, para a população local, a situação pode não ser tão benéfica, uma vez que os megaeventos podem causar efeitos não desejáveis (Martin & Barth, 2013; Preuss & Solberg, 2006). Por isso, a avaliação de impactos econômicos, socioculturais, físicos e ambientais são, *a priori*, necessários, por se tratar de uma tarefa complexa que envolve diferentes stakeholders (Pranic, Petric, & Cetinic, 2012). Desta forma, a prática de uma avaliação, *a priori* e *a posteriori* é muito importante, pois os impactos podem ter uma influência substancial sobre a comunidade (W. Kim et al., 2015), podendo, inclusive, ser negativos (Preuss & Solberg, 2006).

Estas reflexões propiciaram o desenvolvimento deste estudo que avaliou o impacto do GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo. A seção seguinte apresenta os procedimentos metodológicos aplicados neste estudo.

Metodologia

Realizamos uma pesquisa qualitativa de natureza exploratória e descritiva (Flick, 2011). Optamos por um levantamento de dados que levasse em consideração a perspectiva de dados oficiais divulgados pelos organizadores e da Prefeitura de São Paulo, bem como informações divulgadas em veículos da mídia. Além disso, consideramos a perspectiva de alguns agentes. Para selecioná-los, levantamos a possibilidade de entrevistar ao menos um representante de algumas partes interessadas no evento: líderes políticos, organizadores, imprensa e população local. Tendo como foco de análise o GP Brasil de Fórmula 1 ocorrido na cidade de São Paulo, entre os anos de 2015 a 2019, foi possível contar com os seguintes agentes para as entrevistas, uma vez que todos esses stakeholders estiveram, de alguma forma, envolvidos com o megaevento.

- Entrevistado 1- Vice-Prefeita da cidade de São Paulo na gestão 2013 a 2016, que participou da decisão de renovação do contrato com a Federação Internacional de Automobilismo para o período de 2014 a 2020 (GloboEsporte.com, 2014). Tinha experiência na Secretaria de Esportes do município na gestão de 2001 a 2004, quando foi responsável direta pela organização do GP Brasil de F1;
- Entrevistado 2 - diretor da SPTuris - empresa oficial que administra o calendário de eventos e turismo da cidade de São Paulo. Na época da entrevista (junho de 2016), estava



responsável pela contratação dos serviços executados no Autódromo de Interlagos, necessários para a realização do GP Brasil de F1;

- Entrevistado 3 - CEO da empresa *International Publicity*, a Interpub, empresa privada organizadora e detentora dos direitos comerciais sobre o GP Brasil de Fórmula 1. Na época da entrevista (junho de 2016), atuava na empresa e na organização do GP Brasil de F1 há 25 anos;
- Entrevistado 4 – um morador e comerciante do bairro de Interlagos, estabelecido no entorno do Autódromo. Ele residia no bairro desde 1982 e seu estabelecimento comercial fica a uma distância de 300 metros do Autódromo de Interlagos;
- Entrevistado 5 - um jornalista esportivo, que desde 1969 realiza a cobertura da Fórmula 1, tendo trabalhado para diversos veículos de imprensa de expressão nacional, tais como Rede Globo, Estadão, Jornal da Tarde e UOL.

Por meio de um roteiro semiestruturado, com perguntas objetivas e focadas no objetivo da pesquisa, as entrevistas tiveram um tempo médio de uma hora, e foram realizadas presencialmente. Os participantes foram esclarecidos sobre os objetivos do estudo e concordaram em participar da pesquisa. As entrevistas foram gravadas em áudio e, posteriormente, foram transcritas *verbatim*.

Além do levantamento empírico, dados secundários foram utilizados visando a atualização e a verificação dos impactos que um megaevento provoca em uma cidade com as proporções de São Paulo. Para isso, coletamos informações por meio de veículos de comunicação, tais como matérias em sites, jornais e revistas especializados. A seleção dos veículos considerou a relevância dos mesmos no cenário nacional: UOL, G1, Jornal O Estado de São Paulo, Jornal Folha de São Paulo, Revista VEJA. A coleta considerou as matérias publicadas entre os anos de 2015 e 2019. Utilizamos como termos de busca as seguintes expressões “GP Brasil de Fórmula 1”, “Autódromo de Interlagos”, “Automobilismo” e “Fórmula 1”.

Analisamos também algumas publicações realizadas pelo Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da São Paulo Turismo S.A (SPTuris). A SPTuris é a empresa responsável pela produção, divulgação e organização de eventos de qualquer espécie, realizados pelo município de São Paulo (SPTuris, 2016). E ainda, por meio da empresa Interpub, organizadora do GP Brasil, conseguimos relatórios da Formula Money, empresa especializada em gerar informações sobre os investimentos na Fórmula 1, identificando o capital investido em cada uma das etapas, os valores de patrocínio, retorno sobre o investimento, bem como exposição nas mídias.

Após estes levantamentos, os dados foram tratados e organizados em categorias de respostas na perspectiva de Bardin (2009), e analisadas *a posteriori*. As categorias foram organizadas em três grande tema, quais sejam: econômicos, físicos e socioculturais.

Categorias de análise e resultados

Para analisarmos os resultados, utilizamos como parâmetros as classificações apresentadas por Malfas, Houlihan and Theodoraki (2004) e Preuss and Solberg (2006). Os autores do primeiro estudo classificaram os impactos de megaeventos esportivos em (1) socioeconômicos, relacionados ao aumento de empregos, maior conscientização da cidade como destino turístico e ampliação da atividade comercial na região; (2) socioculturais, quando provocam o fortalecimento das tradições e dos valores regionais, ampliando o orgulho dos residentes e o espírito de comunidade nas cidades sedes; (3) físicos, quando alteram o ambiente



físico das cidades, seja pela construção de novos espaços públicos ou instalações esportivas, seja pela manutenção ou alteração de estruturas já existentes; (4) políticos, quando procedimentos, decisões e investimentos são necessários por parte dos governantes (Malfas et al., 2004). Já Preuss and Solberg (2006) classificaram os impactos como: (1) econômicos, relacionados aos investimentos necessários para a realização do megaevento, aumento de impostos e geração de empregos; (2) turísticos/comerciais, quando promovem a região sede como um destino turístico e provocam alterações nas atividades comerciais, incluindo rede de serviços hospedagem; (3) físicos/ambientais, quando além das alterações no meio ambiente provocadas em função do evento, envolvem a construção de novos locais e instalações, sejam esportivas ou não; (4) socioculturais, quando fortalecem os valores culturais da região ou altera o cotidiano das pessoas da comunidade sede; (5) psicológicos, com o aumento do orgulho local e da atmosfera criada pelo evento; (6) políticos/administrativos, quando provocam um reconhecimento internacional da cidade sede, bem como ampliam o conhecimento e as demandas administrativas para os governantes e organizadores.

Adaptamos as classificações supracitadas e conforme os relatos dos entrevistados, as categorias foram emergindo. Assim, foi possível agrupar e organizar nas seguintes categorias: (1) impactos econômicos; (2) impactos físicos; e (3) impactos socioculturais. Essas três categorias de respostas, amparadas na literatura, foram o objeto de análise do presente estudo.

Impactos econômicos

As informações emergentes nas entrevistas e nas demais fontes consultadas nos levaram a classificar os impactos econômicos do GP Brasil de F1 em três subcategorias, a saber: (a) investimentos públicos; (b) geração de empregos; e (c) comércio e rede de serviços. Na sequência, apresentaremos os resultados obtidos para cada uma delas.

a) Investimentos públicos

Ao coletarmos os dados sobre investimentos públicos, procuramos identificar todos os recursos investidos pela Prefeitura de São Paulo para realização do GP Brasil de F1. Buscamos informações sobre contratos de prestação de serviços em obras e reparos realizados na região de Interlagos, vias de acesso e no próprio Autódromo como também, informações sobre os custos que poderiam estar vinculados, exclusivamente, a este megaevento, como por exemplo, custos operacionais para serviços de apoio, tais como agentes da Guarda Civil Metropolitana (GCM) e da Companhia de Engenharia e Tráfego (CET). Os resultados encontrados serão apresentados na sequência.

O modelo de organização do evento apresenta uma parceria público-privada, definida por um contrato entre a Interpub e a Prefeitura Municipal de São Paulo. No site da Prefeitura Municipal levantamos a informação de que a mais recente renovação deste contrato, contemplando o período de 2014 a 2020, recebeu um investimento estimado em R\$ 160 milhões (Prefeitura de São Paulo, 2014). Tais recursos referem-se em sua maior parte à reforma do Autódromo, necessária para atender a um padrão solicitado pela Federação Internacional de Automobilismo (FIA).

Em outro levantamento, identificamos que em 2016, a Prefeitura firmou um contrato com a SPTuris, repassando a essa entidade um investimento de R\$ 46.586.860,28 para a realização do 45º GP Brasil de F1 (Prefeitura de São Paulo, 2016b). Segundo o objeto do



contrato, os valores referiam-se à: “[...] adequação do Autódromo Municipal José Carlos Pace, bem como a preparação, administração, coordenação e fiscalização de todas as atividades a ele inerentes, e o fornecimento de toda a infraestrutura necessária” (Prefeitura de São Paulo, 2016a)”.

E anualmente a Prefeitura de SP destina valores semelhantes para o evento. Em 2017, a Prefeitura destinou R\$ 44.116.156,28 (Prefeitura de São Paulo, 2017). Já em 2018, foram R\$ 40.940.024,63 (Prefeitura de São Paulo, 2018). E em 2019, o menor valor entre todos, com R\$ 38.982.542,32 investidos no evento (Prefeitura de São Paulo, 2019).

Conforme nos disse a vice-prefeita “a prefeitura é responsável em fornecer o autódromo em condições para o evento e os serviços de apoio necessários, segurança, limpeza, tendas”. A CEO da Interpub também endereçou algumas das obrigações da administração do município:

“A responsabilidade da Prefeitura é entregar um autódromo dentro do padrão classe 1 da FIA (Federação Internacional de Automobilismo). Esse tipo de evento exige uma série de especificações e estruturas, tem que ter o mínimo para poder fazer um evento decente, com reforma de pista, colocar o asfalto correto e estruturas de apoio”.

De acordo com o diretor da SPTuris, tais responsabilidades fazem do GP Brasil o evento com maior demanda administrativa para a Prefeitura de São Paulo:

“A F1 gera uma demanda que não existe em outros eventos. Contratos de licitação, contratação dos serviços, reparos de asfalto, manutenção. É o maior evento em termos de contratação de serviços. Você monta a arquibancada, você monta as tendas, equipes, imprensa internacional, locais de transmissão internacional. A gente prepara o autódromo e transforma essas especificações técnicas em cadernos que vão nortear as licitações”.

Segundo os entrevistados, uma das dificuldades encontradas para a realização do evento é que os recursos são basicamente oriundos do orçamento municipal juntamente com a iniciativa privada. Isto dificulta com que a cidade mantenha a realização do evento a cada ano.

Na perspectiva da vice-prefeita entrevistada, o governo Federal deveria oferecer mais subsídios para o evento, uma vez que o país todo poderia se beneficiar com a realização do GP de Fórmula 1. Conforme ela disse:

“o Governo Federal deveria apoiar mais a cidade de São Paulo para que ela possa fazer o GP, porque quem sai ganhando é o Brasil e não só a cidade! O Governo Federal deveria aproveitar mais o evento! Porque este evento tem um apelo muito forte pra isso. Todos os anos existem uma grande atenção da mídia internacional”.

A Prefeitura de SP busca minimizar o impacto negativo do custo operacional do Autódromo evitando custos com a manutenção da estrutura das arquibancadas:

“A própria situação de Interlagos não permite que ele fique montado com um equipamento de F1 o ano inteiro, porque não compensa! Quer dizer, somente uma única vez no ano é que ele precisa estar daquele tamanho! Então a Prefeitura fica nesse processo de monta e desmonta. Todo mundo fala que com o dinheiro que já gastou com locação de arquibancada, poderia ter construído tudo. De uma certa forma todo mundo tem razão. Mas o problema não é só construir, o problema é manter. Então na hora que eles avaliam o valor de manutenção, aí não vale a pena. Porque 20 a 25 mil pessoas em Interlagos, vários eventos atingem. Mas 70 mil, só este vai atingir. Então não compensa você construir os 70 mil lugares”. (CEO da Interpub)



Na opinião do diretor da SPTuris, a Prefeitura busca diferentes formas de gerar receitas com o Autódromo:

“O autódromo é bem utilizado. Além das outras corridas que acontecem, Kart, Fórmula Truck, Stock Car, tem outras provas menores, tem aulas de pilotagem. Tem eventos que não tem nada a ver com automobilismo, como Lolapalozza, outros shows, que usam o espaço do estacionamento, ou o gramado. A gente aluga os espaços que possui no autódromo para gerar receitas”.

A vice-prefeita também disse que o Autódromo é utilizado para outros eventos além da Fórmula 1, se tornando assim uma fonte de receitas alternativas para o município:

“A cidade desenvolve vários outros eventos ao longo do ano. O autódromo é intensamente utilizado. É claro que a F1 é o evento que tem maior visibilidade. Mas o autódromo é bastante utilizado aos finais de semana ou mesmo durante a semana. Como gestão, a gente sempre procura diversificar o uso do autódromo, realizando diversos eventos. Como o espaço é bem amplo, é possível utilizar as áreas construídas, área VIP, gramado. Então você consegue fazer outros eventos, festas, shows. E esses eventos podem gerar outros recursos pra própria Prefeitura, pra auxiliar a manter o espaço.”

Dados levantados corroboram com as informações dos entrevistados. Segundo afirmou Vecchioli (2019) no ano de 2018 o Autódromo teve uma receita de R\$ 7,3 milhões, valor este 58% maior do que as despesas com manutenção, as quais aconteceram na ordem de R\$ 4,6 milhões. O mesmo autor afirma que em 2017 a receita foi de R\$ 6,6 milhões, com despesas na ordem de R\$ 4,5 milhões.

b) Geração de empregos

A CEO da Interpub apresentou o impacto provocado em relação ao aumento do número de profissionais contratados pela sua empresa durante o evento: “A gente possui 30 pessoas fixas o ano todo, e no final, próximo dos 04 dias do GP, vão virar 10 mil pessoas”. Segundo essa respondente, tal aumento está vinculado à necessidade das empresas prestadoras de serviço de ampliarem o seu efetivo de funcionários para que possam atender a demanda do evento. Ela exemplificou: “O cara é um fornecedor de alimentação. Ele tem uma equipe no autódromo, mas a preparação da comida foi feita em outro lugar. E tem muito mais gente lá, trabalhando nesse outro lugar, do que propriamente no autódromo”.

Conforme a vice-prefeita, a rede de serviços foi se especializando e por isso, ocorrem contratações temporárias de profissionais qualificados para atender especificamente as demandas do evento: “A F1 acontece todos os anos. Então os setores já sabem que este evento vai acontecer e se preparam pra ele. Os hotéis, os restaurantes, os bares, todos já sabem! Então contratam pessoas preparadas para atender o público do evento”.

Vale aqui ressaltar que tentamos localizar nas fontes consultadas maiores informações e registros sobre o número de empregos temporários gerados em função do evento, mas não localizamos nenhum dado a esse respeito.

c) Comércio e rede de serviços

De acordo com Borelli (2010), o GP Brasil de F1 é considerado um dos eventos que atrai a maior quantidade de público para a cidade de São Paulo. Em 2019 ele recebeu um total de 158.213 pessoas, se considerados os três dias de sua realização (Matos & Cerasoli, 2019).



“Ele é o maior evento dentro do calendário da cidade, junto com o Carnaval. Mas em termos de público que ficam concentrados em São Paulo, ele é o maior. No Carnaval nós temos muito público local e que fica hospedado em casas de famílias. Na F1 não”. (Diretor da SPTuris)

Vale ressaltar que o GP Brasil de F1 vende ingressos a um alto custo. Em 2019, eles foram vendidos com valores que variavam de R\$610,00 a R\$ 16.600,00 (Folha de São Paulo, 2019). Dados do Observatório do Turismo da cidade de São Paulo, órgão ligado à SPTuris, identificaram a presença de turistas, em sua maioria, originários de outras regiões do país, em especial dos estados da região Sul e Sudeste (SPTuris, 2019).

O observatório também constatou a presença de turistas estrangeiros, em sua maioria provenientes de países da América do Sul, tais como Argentina, Chile, Uruguai e Paraguai (SPTuris, 2019). A CEO da Interpub apontou que isto se dá provavelmente porque o GP Brasil é o único evento da Fórmula 1 realizado em um país da América do Sul:

“Existe um volume razoável de estrangeiros, principalmente América do Sul, porque não tem outro GP. Atualmente temos uma corrida no México, mas aqui na América do Sul não temos outro, o que gera o interesse dessas pessoas em virem até o Brasil”.

De acordo com os entrevistados, o GP possui expressão internacional e por isso atrai atenção do público no mundo inteiro. Em relação à demanda gerada para a rede hoteleira da cidade de SP, a CEO da Interpub fez o seguinte comentário:

“São Paulo tem uma atitude diferente em relação a eventos. Ela tem estrutura hoteleira para aguentar um evento desse. Quando chegar agora, na realização do GP, a gente vai coincidir com o Salão do Automóvel, que muitas vezes acontece junto porque na realidade é interesse de ambos. Então vai impactar na rede hoteleira inteira de SP. Tem grupos que vão ficar em Sorocaba, Jundiaí, Grande ABC, porque não tem hotelaria suficiente na hora que junta dois eventos de ponta.”

Os relatórios publicados pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo apontaram um impacto positivo provocado na rede hoteleira da cidade. Em novembro de 2018, mês em que o evento foi realizado, o percentual de ocupação dos hotéis na cidade foi de 74,78%. Notamos também um considerável aumento na taxa de ocupação em comparação à média mensal do ano de 2018, ou seja, entre janeiro/2018 a dezembro de 2018. Nesse período a ocupação média foi de 60,68% (SPTuris, 2015). Vale ressaltar que embora haja uma elevação na ocupação dos hotéis, os índices registrados pelo Observatório do Turismo contradizem a afirmação da CEO da Interpub, quando a mesma aponta que “não tem hotelaria suficiente na hora que junta dois eventos de ponta.”

De acordo com a vice-prefeita de SP, o GP de F1 possui um importante impacto econômico na cidade. O jornalista entrevistado exemplificou alguns dos impactos neste sentido:

“O principal impacto é que gera negócio, gera ICMS, traz turistas que vão gastar dinheiro na cidade, com hotel, restaurante. Então do ponto de vista macroeconômico esse é um aspecto importante. As pessoas ficam aqui durante a semana!”

Estudo publicado em 2019 pelo Observatório do Turismo apontam que a média de permanência dos turistas é de 3,6 dias, com um gasto médio de R\$ 2.944,00 (SPTuris, 2019).

Mas, enquanto os megaeventos esportivos podem ser positivos para uns, podem ser negativos para outros (Coakley & Souza, 2013). O morador, por exemplo, apontou que o GP gera um impacto econômico negativo para os agentes locais: “em termos comerciais para gente



não é muito bom. Porque se fazem muitas mudanças no bairro. Não deixam passar carro nessa rua. Daí, nossos clientes não vem comprar!” Segundo o entrevistado, a maior movimentação de clientes nas lojas, normalmente acontece nos finais de semana, sendo esta uma característica típica do público consumidor daquela região da cidade. Mas ele também sinalizou que o evento acaba sendo positivo para outros tipos de comércio: “para as padarias e restaurantes o evento é bom. Ficam sempre cheios no final de semana do evento”.

O evento não se mostrou suficiente para provocar impactos significativos na arrecadação de Imposto Sobre Serviços (ISS), do Grupo 13, o qual abrange atividades relacionadas ao turismo, hospedagem e eventos na cidade de São Paulo. Segundo dados do Observatório de Turismo, em novembro de 2018 o ISS arrecadado nesse grupo foi de R\$ 26.924.611,00. A média mensal daquele ano foi de R\$ 27.497.735,91.

Em relação à geração de negócios, Preuss and Solberg (2006), sinalizaram que megaeventos podem gerar impactos positivos uma vez que proporcionam maior conhecimento sobre o potencial de investimento e o desenvolvimento da atividade comercial na região. O GP Brasil foi reconhecido pelos seus organizadores como um evento que apresenta tais características. De acordo com o jornalista entrevistado:

“Hoje o GP é um evento de congraçamento. Existem áreas corporativas. Os caras se reúnem nos camarotes, com clientes e fazem negócios. Existe um lado comercial. O cara vai para ver o espetáculo, mas também para fazer congraçamento, fazer negócio”.

A CEO da Interpub ratificou a informação acima e afirmou que o GP também se constitui em uma oportunidade para novos negócios:

“A gente recebe uma quantidade grande de empresas que vêm para buscar esse relacionamento. Porque assistir à corrida em si, talvez não seja a coisa mais interessante do mundo. Talvez pelo ronco do motor que é maravilhoso. Mas receber um convite pra F1, em termos de relacionamento e negócios, é fantástico!!! Você tem a oportunidade de ficar durante três dias, das 7h da manhã até às 17h, conversando com aquela pessoa. Então é ali que você faz muitos negócios”.

Constatamos informações semelhantes publicadas pela APEX-Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. A entidade é responsável em “promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira” (APEX-Brasil, 2015a). Seu Conselho Deliberativo é composto por representantes das seguintes entidades: Ministério das Relações Exteriores; Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços; Secretaria-Executiva do Programa de Parcerias de Investimentos – PPI; Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES; Confederação Nacional da Indústria – CNI; Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA; Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae; Associação de Comércio Exterior do Brasil – AEB. Durante o final de semana do GP Brasil de Fórmula 1 em 2015, a entidade promoveu uma “ação de negócios” com a participação de empresários brasileiros e estrangeiros do setor automotivo, investidores e startups brasileiras. A agência projetou um faturamento de US\$ 200 milhões em vendas e exportações de serviços, frutos dessa ação (APEX-Brasil, 2015b).



Impactos Físicos

No portal G1 e no site da CET identificamos que uma operação especial de trânsito é desenvolvida pela Secretaria Municipal de Transportes em conjunto com a Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), a Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) e a SPTrans. A operação conta com bloqueios de diversas ruas e avenidas próximas ao Autódromo, mudança de direção e horários no itinerário de ônibus circulares, bem como procedimentos e algumas restrições para acesso dos moradores das ruas mais próximas (CET, 2019; G1, 2015).

Todos os entrevistados fizeram comentários sobre as alterações necessárias para a preparação e realização do evento. Vejamos, por exemplo, as seguintes declarações:

“O transporte que é feito para a montagem do evento, é muita carga, grande quantidade de caminhões” (Vice-prefeita).

“Você tem uma montagem interna expressiva e acaba refletindo na região. O sistema de transporte é alterado, você precisa criar bolsões de acesso, existem alguns reparos e intervenções necessárias.” (Diretor da SPTuris)

O jornalista entrevistado descreveu parte da logística necessária para o evento:

“Aqui em São Paulo, descem 07 aviões, uma semana depois de correr nos EUA. São 120 carretas que virão de Viracopos até aqui para montagem das estruturas. E depois no domingo à noite você tem que desmontar tudo. Então você tem que ter uma noção de montar e desmontar esse circo, a velocidade que tem que ter e o conhecimento pra precisar liberar tudo isso. Precisa ter segurança e acordo com CET para o trânsito funcionar!”.

O entrevistado acima reconhece que as alterações podem provocar desconforto para os moradores da região: “Traz alguns transtornos nos dias, porque precisa bloquear algumas ruas.” Esta situação foi confirmada pelo morador: “é ruim porque precisamos dar muitas voltas pra chegar em casa. E eles mudam os sentidos de algumas ruas. Quem já é morador antigo acaba se acostumando, mas tem muita gente que ainda acha ruim”.

No caso do GP Brasil, verificamos ainda que são realizadas algumas obras e reparos no entorno e no próprio Autódromo de Interlagos, antes e durante a realização do evento tais como reparos no asfalto, pintura de faixas de sinalização e das guias, limpeza das vias. De acordo com a vice-prefeita, estes seriam feitos independentemente da realização do megaevento: “os serviços que foram realizados para melhoria aconteceram já por ser um bairro estruturado como qualquer outro”. O morador, no entanto, contradisse a afirmação da vice-prefeita. De acordo com ele, existem sim benfeitorias que são realizadas no entorno do Autódromo, mas estas tendem a ser realizadas apenas no período que antecede o evento.

“Um mês antes eles começam a fazer a sinalização, pintar, arrumar, ajeitar, tampar os buracos da rua. Então essa é a coisa que traz um benefício, porque a Prefeitura dá uma ajeitada na região. Mas é só no período da F1. Passou o evento, o pessoal esquece.”

Outro aspecto identificado se refere ao cadastramento necessário de moradores para acesso às suas residências. Devido à interdição de algumas ruas próximas ao Autódromo, os moradores precisavam realizar um cadastramento prévio junto à empresa organizadora do GP para poder ter acesso às suas casas. Em 2015, esse sistema foi alterado, cabendo aos moradores



apresentar um comprovante de residência para poder passar pelo bloqueio organizado pela CET. Aparentemente existe uma insatisfação em relação a tal situação:

“É complicado. Você precisa ficar provando que mora ali mesmo. E se tiver com pressa, tem que ter muita paciência. Porque às vezes coincide de alguns moradores chegarem ao mesmo tempo no bloqueio” (morador).

Impactos Socioculturais

Em relação à presença dos turistas na região, o morador entrevistado afirmou não ter visto ou sofrido nenhum tipo de problemas com a vinda de turistas para a região: “tem muitos turistas que montam barracas para dormir, os bares também ficam cheios. Mas não criam nenhum problema para gente não. Nunca tive problemas com isso”. O jornalista sinalizou que o evento acarreta problemas, mas não significativos o suficiente para abalar a convivência entre turistas e moradores: “acontecem pequenos casos. Mas já entrevistei vários moradores por lá e nunca reclamaram. Eles gostam do evento”.

O jornalista entrevistado falou sobre o sentimento provocado pelo fato dos pilotos, conhecidos mundialmente, estarem circulando na cidade durante o período de realização de evento:

“Os pilotos chegam aqui, aparecem em festas, em restaurantes, dão autógrafos. São esportistas que você acompanha só na TV ou revista... e chega uma hora que você está cara a cara com um deles! Então isso é importante para a cidade!”

O morador corrobora com a percepção e se diz orgulhoso pelo fato de o megaevento ocorrer em local tão próximo à sua casa: “É legal saber que os pilotos estão ali bem perto! E quando a gente diz que mora em Interlagos, todo mundo já sabe onde é por causa do Autódromo. Eu me sinto orgulhoso!”

Um impacto negativo que foi ressaltado por um dos entrevistados é a presença de “flanelinhas” no entorno do autódromo durante o período do evento. Ele disse que:

“Muita gente vem quando está sendo realizado o evento pra ficar tomando conta de carros em estacionamentos. Os caras pegam o dinheiro e somem. E se tiver sorte, ninguém vai ter estragado o carro”. (morador)

Uma reportagem no site UOL confirmou essa situação. Segundo Cerasoli (2016), autor da reportagem, existiu reclamação do público presente no evento devido ao valor cobrado pelos flanelinhas, que varia de R\$ 300,00 a R\$ 400,00.

Em relação à possível violência e criminalidade, o morador entrevistado disse haver “pequenos furtos” durante o evento. Mas segundo ele, tais situações também são corriqueiras no cotidiano do bairro: “existem pequenos furtos, mas nada que seja diferente daquilo que a gente já está acostumada por aqui”. Este morador apontou ainda que em época de evento, existe um aumento significativo na quantidade de policiais e guardas civis no entorno do autódromo: “durante o evento você vê policial e guarda por todo o lado”. A Polícia Militar do Estado de São Paulo informou, por meio de seu site oficial, que em 2016, aproximadamente 2.300 policiais militares trabalharam na segurança do evento e de suas imediações. Também foram utilizadas 06 aeronaves, 70 animais, entre cavalos e cães farejadores, e uma frota de quase 600 viaturas (Comunicação Social PMESP, 2016).



Discussão dos resultados

Para análise de impactos econômicos, conforme critérios estabelecidos por Malfas et al. (2004), não são considerados os impactos cujos beneficiados sejam apenas os organizadores do evento. Portanto, excluímos da análise os recursos originários de vendas de ingressos, direitos de transmissão do evento, bem como as cotas de patrocínios.

Os investimentos públicos para a realização do GP Brasil de Fórmula 1, de acordo com as fontes documentais consultadas, referem-se em sua maioria à adaptações e reformas realizadas no Autódromo, contratação de serviços e obras no entorno e manutenção vias de acesso. A prefeitura de São Paulo investiu mais de R\$ 170 milhões para os reparos, manutenções e contratação de serviços necessárias no Autódromo de Interlagos no período de 2016 a 2019. Ela também investiu R\$ 160 milhões (US\$ 42,4 milhões) para a manutenção do contrato com a empresa organizadora do evento para o período de 2014 a 2020 (Varotti & Nassif, 2019). Para alguns dos entrevistados esse investimento é justificável, pois a instalação é aproveitada em edições futuras, além de ser utilizada para outras finalidades ao longo do ano. Isso faz com que o mesmo provoque receitas para o município, as quais superam as suas despesas com manutenção. Em estudo semelhante, Gogishvili (2018) apontou que os Grandes Prêmios de Fórmula 1 possuem essa característica peculiar, pois são realizados em autódromos permanentes, ou seja, sem que haja a necessidade de os organizadores desmontar tal estrutura após a realização do evento.

De acordo com os entrevistados, as partes envolvidas visam otimizar a aplicação destes recursos no sentido de buscar a redução dos custos e a recuperação de parte do investimento. Ao considerarmos as afirmações feitas pelos interlocutores acima precisamos lembrar que eles representam o ponto de vista da prefeitura e de organizadores do evento. Ou seja, eles possuem um interesse em enfatizar um suposto bom uso do dinheiro público. Se os nossos interlocutores tivessem sido outros, talvez tivéssemos ouvido opiniões opostas às apresentadas.

O GP de F1 também gerou empregos temporários e uma maior taxa de ocupação dos hotéis de São Paulo durante os finais de semana do evento, considerando o período analisado neste estudo. Mesmo assim, o consumo médio contrapôs às expectativas dos organizadores do evento. Mesmo considerando o valor médio gasto por visitante na ordem de R\$ 3 mil, o evento não provocou alterações significativas nos valores arrecadados de Impostos Sobre Serviços (ISS). E ainda, como vistos no estudo, alguns dos moradores são impactados pelo fechamento de vias próximas ao Autódromo, muitas vezes impactando de forma negativa para as vendas do comércio local.

Identificamos também o GP como um evento catalisador, reunindo empresas e empreendedores que podem identificar, avaliar e buscar oportunidades de negócios (Bittar et al., 2018; Zampier et al., 2012), valorizando sua imagem perante os seus possíveis stakeholders (Varotti & Malaia, 2016). É fato que o mesmo agrega e reúne representantes de várias empresas dispostos a “fecharem negócio. Assim, entendemos que neste caso, o evento provoca um impacto positivo para o município de São Paulo e talvez para outras partes do país. No entanto, não sabemos exatamente quem são os agentes beneficiados e quais os prejudicados. Considerando o que o comerciante nos disse e conclusões de outros estudos que discutem a questão de legados de megaeventos (Coakley & Souza, 2013; J. Horne, 2007; J. Horne & Manzenreiter, 2006), ratificamos as informações apresentadas no estudo de Gezici and Er (2014). Ao analisarem os impactos do GP de F1 em Istanbul, os autores afirmaram que alguns dos maiores beneficiados com a realização de megaeventos são os políticos locais e



empresários. Para os autores “o interesse especial de um determinado grupo é percebido como o interesse da sociedade em geral” (Gezici & Er, 2014, p.46).

Um dos impactos físicos do evento foi a manutenção das vias de acesso e do entorno do Autódromo durante o período próximo à sua realização. Já os impactos negativos nessa categoria foram as alterações no trânsito e fechamento de algumas vias públicas próximas ao Autódromo, o que causou insatisfação e alterou a rotina de moradores que vivem próximo ao local do evento. Em estudos sobre os impactos provocados por Grandes Prêmios de Fórmula 1, Cheng and Jarvis (2010), Mao and Huang (2016), Zhou (2010) constataram também, tais impactos negativos para suas respectivas comunidades sedes.

Ainda no caso do GP Brasil de Fórmula 1, alterações nem sempre desejadas nas rotinas dos moradores que vivem próximo do Autódromo também foram entendidas com um dos impactos do megaevento. Por outro lado, constatamos, por meio das entrevistas, que a PM realiza serviços de manutenção e limpeza das vias públicas, o que favorece o entorno. Mesmo que seja somente durante um período próximo ao evento, é inegável que isto representa um impacto positivo para os moradores daquela região. Ao menos uma vez por ano, tais moradores têm a previsão de que tais benfeitorias serão realizadas.

Em alguns casos, os megaeventos provocam um sentimento de orgulho na população local (Gursoy & Kendall, 2006; Preuss & Solberg, 2006). Os moradores relataram que sentem que algo importante está acontecendo na cidade (Chalip, 2006) e podem acreditar que fazem parte desse processo (Fairley et al., 2011). Em nossa análise, pudemos identificar esse sentimento de orgulho nos entrevistados.

O intercâmbio cultural gerado por um megaevento pode provocar uma atitude defensiva e contrária de moradores em relação à realização do evento, levando a um choque cultural e possíveis confusões e atos de hostilidade de ambas as partes (Preuss & Solberg, 2006). Entretanto, as informações levantadas por este estudo demonstraram um cenário de harmonia entre moradores da cidade e turistas que assistiram o evento.

Também é essencial avaliar os impactos sociais provocados por megaeventos uma vez que podem demonstrar a influência que o evento provoca na rotina daquela comunidade (W. Kim et al., 2015; Pranic et al., 2012). Eles podem, por exemplo, aumentar a violência e delinquência. Como um ponto negativo nesta categoria, destacamos o aumento de flanelinhas no entorno do autódromo, o que causou uma sensação desconforto e de perigo para moradores e visitantes do evento. Entretanto, como este trabalho se limitou a apenas alguns entrevistados dentro de um determinado recorte temporal, outras pesquisas são necessárias para melhor explorar outros possíveis impactos positivos e negativos, além das perspectivas de seus stakeholders.

Considerações finais

Os dados desta pesquisa nos levam a inferir que as cidades sedes de eventos esportivos devem possuir recursos compatíveis com o tipo de evento a ser sediado. Considerando o GP Brasil de F1 como um evento do automobilismo, o principal recurso é o Autódromo de Interlagos. Por meio dessa instalação esportiva, única no país com condições de atender ao padrão exigido pela FIA, a cidade de São Paulo se projeta tanto no cenário nacional quanto internacional durante o período do evento. Ainda como recursos, São Paulo possui uma das maiores redes hoteleiras e de serviços do país, cercada por três aeroportos internacionais e por uma diversidade de rodovias. A cidade também conta com um dos maiores orçamentos do país, suportando uma série de investimentos para a realização do evento.



O fato do GP Brasil de F1 ser realizado anualmente gera vantagens para o município, uma vez que este pode aproveitar recursos pré-existentes e experiências anteriores. Os organizadores podem aprender com as situações vivenciadas ao longo dos anos, ampliando seus conhecimentos e desenvolvendo novas competências para o planejamento e gestão do evento nos anos subsequentes.

A análise de impactos de megaeventos esportivos é complexa. A maior parte das informações disponíveis é divulgada pelos próprios proponentes e organizadores do evento. No caso desta pesquisa, buscamos informações via fontes documentais e entrevistas. Estas fontes, por sua vez, representam apenas alguns pontos de vista sobre o tópico analisado. No caso das entrevistas, estas se restringiram às perspectivas do governo municipal, da SPTuris e do Observatório do Turismo. Estas entidades, dado ao seu envolvimento na organização do evento, por razões óbvias, têm interesse na divulgação de resultados positivos – e não negativos – de suas iniciativas. Também entrevistamos um morador e um jornalista, que por sua vez, falaram a partir de seu próprio ponto de vista. Eles não necessariamente expressaram a perspectiva da maioria dos outros moradores ou jornalistas.

Considerando a carência de estudos sobre a temática e as limitações do presente estudo, fortemente recomendamos o desenvolvimento de outras pesquisas que venham a explorar, de forma mais compreensiva e a partir de uma variedade maior de interlocutores, os impactos da realização do GP Brasil de Fórmula 1 na cidade de São Paulo e em outras possíveis cidades hospedeiras. Os conhecimentos gerados por esta e por futuras pesquisas poderão conjuntamente contribuir para que eventos desta magnitude sejam desenvolvidos de forma cada vez mais sustentável, com melhor aproveitamento de recursos públicos e otimização de benefícios para a população que vive no entorno do megaevento das cidades sedes.

Referências

- Agha, N., & Marijke, T. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10, 103–121. Retrieved from <http://scholar.uwindsor.ca/humankineticspub/37>
- Almeida, B. S. de, & Junior, W. M. (2014). O BRASIL E OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS : os subsídios da política externa. *Motrivivência*, 26(42), 13–26. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2014v26n42p13>
- Año, V., Duclos, D., & Pablos, C. (2010). Percepción Social del Gran Premio de Europa de Fórmula 1 entre los ciudadanos de Valencia. *European Journal of Human Movement*, 25, 143–164.
- Antoniou, A. (2011). *Resident Perceptions toward the Social Impacts of a Mega Sport-Event: The case of Federation Internationale de Basketball (FIBA) EuroBasket 2011 in Vilnius, Lithuania. ProQuest Dissertations and Theses*. Arizona State University. Retrieved from http://ezproxy.msu.edu/login?url=http://search.proquest.com/docview/913097272?accountid=12598%5Cnhttp://za2uf4ps7f.search.serialssolutions.com/?ctx_ver=Z39.88-2004&ctx_enc=info:ofi/enc:UTF-8&rft_id=info:sid/ProQuest+Dissertations+&+Theses+Global&rft_val_f
- APEX-Brasil. (2015a). APEX-Brasil. Retrieved November 12, 2016, from <http://www.apexbrasil.com.br/quem-somos>
- APEX-Brasil. (2015b). Apex-Brasil projeta faturamento de US\$ 200 milhões com eventos do GP Brasil de Fórmula 1. Retrieved November 12, 2016, from <https://www.comexdobrasil.com/apex-brasil-projeta-faturamento-de-us-200-milhoes-com->



- eventos-do-gp-brasil-de-formula-1/
- Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo* ((Edição re). Lisboa: Edições, 70.
- Billings, S. B., & Holladay, J. S. (2012). Should cities go for the gold? The long-term impacts of hosting the Olympics. *Economic Inquiry*, 50(3), 754–772.
- Bittar, A. de V., Serio, L. C. Di, & Vasconcellos, M. A. de. (2018). Micro e pequenas empresas inovadoras: evidências em empresas paulistanas. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 7(3), 85–109. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6718793>
- Borelli, E. (2010). Turismo Paulistano: uma abordagem urbano-espacial. *Patrimônio: Lazer & Turismo*, 7(10), 54–74.
- Bramwell, B. (1997). Strategic planning before and after a mega-event. *Tourism Management*, 18(3), 167–176. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00118-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00118-5)
- Burbank, M. J., Andranovich, G., & Heying, C. H. (2002). Mega-events, urban development, and public policy. *The Review of Policy Research*, 19(3), 179–202.
- Castro, S. B. E. de, Starepravo, F. A., Coakley, J., & Souza, D. L. de. (2015). Mega sporting events and public funding of sport in Brazil (2004 – 2011). *Leisure Studies*, 35(3), 369–386. <https://doi.org/10.1080/02614367.2015.1037789>
- Cerasoli, J. (2016). De torcedor para torcedor: o “guia de sobrevivência” para o GP Brasil de F1. Retrieved November 13, 2016, from <http://esporte.uol.com.br/f1/ultimas-noticias/2016/11/07/de-torcedor-para-torcedor-o-guia-de-sobrevivencia-para-o-gp-brasil-de-f1.htm>
- CET. (2019). Operação Especial de Trânsito e Transporte para o “48° Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1.” Retrieved March 3, 2020, from <http://www.cetsp.com.br/noticias/2019/11/12/operacao-especial-de-transito-e-transporte-para-o-48-grande-premio-brasil-de-formula-1.aspx>
- Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127. <https://doi.org/10.1080/14775080601155126>
- Chamberlain, D., Edwards, D., Lai, J., & Thwala, W. (2019). Mega event management of formula one grand prix: an analysis of literature. *Facilities*, 37(13/14), 1166–1184. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/F-07-2018-0085>
- Cheng, E., & Jarvis, N. (2010). Residents’ Perception of the Social-Cultural Impacts of the 2008 Formula 1 Singtel Singapore Grand Prix. *Event Management*, 14(2), 91–106. <https://doi.org/10.3727/152599510X12766070300849>
- Choe, Y., Park, H.-Y., & Kim, D.-K. (2016). Holding or not holding a mega-event: case of the F1 Korea Grand Prix. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 88–98. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182036>
- Coakley, J., & Souza, D. L. (2013). Sport mega-events: can legacies and development be equitable and sustainable? *Motriz: Revista de Educação Física*, 19(3), 580–589. <https://doi.org/10.1590/S1980-65742013000300008>
- Comunicação Social PMESP. (2016). A Polícia Militar estará presente no 45° Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1. Retrieved November 13, 2016, from <http://policiamilitardesaopaulo.blogspot.com.br/2016/11/a-policia-militar-estara-presente-no-45.html>
- Crompton, J. L. (1995). Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events : Eleven Sources of Misapplication. *Journal of Sport Management*, 9, 14–35.
- Fairley, S., Tyler, B. D., Kellett, P., & D’Elia, K. (2011). The Formula One Australian Grand Prix: Exploring the triple bottom line. *Sport Management Review*, 14(2), 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2010.07.001>



- Flick, U. (2011). *Desenho da pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Bookman.
- G1. (2015). SP terá mudanças no trânsito para o GP Brasil de Fórmula 1 em Interlagos. Retrieved November 12, 2016, from <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/11/sp-tera-mudancas-no-transito-para-o-gp-brasil-de-formula-1-em-interlagos.html>
- Getz, D. (1988). The Adelaide grand prix: The impact of a special event. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 455–457. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90040-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90040-0)
- Gezici, F., & Er, S. (2014). What has been left after hosting the Formula 1 Grand Prix in Istanbul? *Cities*, 41, 44–53. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.05.004>
- Gogishvili, D. (2018). Baku formula 1 city circuit : exploring the temporary spaces of exception. *Cities*, 74(April), 169–178. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.018>
- Gratton, C., & Preuss, H. (2008). Maximizing Olympic Impacts by Building Up Legacies. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 1922–1938. <https://doi.org/10.1080/09523360802439023>
- Gratton, C., Preuss, H., & Liu, D. (2015). Economic legacy to cities from hosting mega sports events: a case study of Beijing 2008. In M. Holt & D. Ruta (Eds.), *Meeting the challenge of major sports events* (pp. 46–58). London: Routledge.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Houlihan, B. (2015). Interrogating States' Soft Power Strategies: A Case Study of Sports Mega-Events in Brazil and the UK. *Global Society*, 29(3), 463–479. <https://doi.org/10.1080/13600826.2015.1047743>
- Grix, J., & Houlihan, B. (2013). Sports Mega-Events as Part of a Nation ' s Soft Power Strategy : The Cases of Germany (2006) and the UK (2012). *The British Journal of Politics and International Relations*. <https://doi.org/10.1111/1467-856X.12017>
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: impacts, management and planning*. Belhaven Press.
- Henderson, J. C., Foo, K., Lim, H., & Yip, S. (2010). Sports events and tourism: the Singapore Formula One Grand Prix. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 60–73. <https://doi.org/10.1108/17852951011029306>
- Hiller, H. H. (2000). Mega-Events , Urban Boosterism and Growth Strategies : An Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(2), 439–458.
- Holt, R., & Ruta, D. (Eds.). (2015). *Routledge Handbook of Sport and Legacy: Meeting the challenge of major sports events*. Nova Iorque: Routledge. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Routledge+Handbook+of+Political+Management#0>
- Horne, J. (2007). The Four 'Knowns' of Sports Mega-Events. *Leisure Studies*, 26(1), 81–96. <https://doi.org/10.1080/02614360500504628>
- Horne, J. D., & Manzenreiter, W. (2004). Accounting for mega-events: Forecast and Actual Impacts of the 2002 Football World Cup Finals on the Host Countries Japan/Korea. *International Review for the Sociology of Sport*, 39(2), 187–203.
- Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega-events. *Sociological Review*, 54(SUPPL. 2), 1–24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2006.00650.x>
- Jago, L., Dwyer, L., Lipman, G., Lill, D. van, & Vorster, S. (2010). Optimising the potential of mega-events: an overview. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(3), 220–237. <https://doi.org/10.1108/17852951011078023>
- Johnson, D. J. (2010). *A Comparative Study of the Manangement and Socio-Economic*



- Impacts of Sports Tourism Events in Durban and Cape Town*. Cape Peninsula University of Technology.
- Jones, C. (2001). Mega-events and host-region impacts: determining the true worth of the 1999 Rugby World Cup. *International Journal of Tourism Research*, 3, 241–251. <https://doi.org/10.1002/jtr.326>
- Kaplanidou, K. (Kiki), Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). 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*, 52(5), 631–645. <https://doi.org/10.1177/0047287513478501>
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25–38. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.013>
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21–32. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.015>
- Lefebvre, S., & Roult, R. (2011). Formula One's new urban economies. *Cities*, 28, 330–339. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2011.03.005>
- Malfas, M., Houlihan, B., & Theodoraki, E. (2004). Impacts of the Olympic Games as mega-events. *Proceedings of the ICE - Municipal Engineer*, 157(3), 209–220. <https://doi.org/10.1680/muen.2004.157.3.209>
- Mao, L. L., & Huang, H. (2016). Social impact of Formula One Chinese Grand Prix: A comparison of local residents' perceptions based on the intrinsic dimension. *Sport Management Review*, 19(3), 306–318. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2015.08.007>
- Martin, A., & Barth, K. (2013). Resident perceptions of sport mega-events: A host community perspective on the forthcoming commonwealth games in glasgow 2014. *Event Management*, 17(1), 13–26. <https://doi.org/10.3727/152599513X13623342048059>
- Matheson, V., & Baade, R. (2004). Mega-sporting events in developing nations: playing the way to prosperity? *The South African Journal of Economics*, 72(5), 1085–1096. <https://doi.org/10.1111/j.1813-6982.2004.tb00147.x>
- Matias, W. B., & Mascarenhas, F. (2015). JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016: vencedores e perdedores. *Motrivivência*, 27(45), 230–246. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2015v27n45p230>
- Matos, J. E. de, & Cerasoli, J. (2019). SP bate recorde de público, mas oferece R\$ 62 mi a menos que Rio por F1. Retrieved March 3, 2020, from <https://www.uol.com.br/esporte/f1/ultimas-noticias/2019/11/18/sao-paulo-bate-recorde-de-publico-mas-ve-ameaca-forte-do-rio-por-gp.htm>
- Mourão, P. (2017). The Costs and Benefits of Formula One. In *The economics of motorsports: the case of Formula 1* (pp. 17–67). London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/978-1-137-60249-7>
- Müller, H., & Moesch, C. (2010). Infrastructure repercussions of mega sports events: the relevance of demarcation procedures for impact calculations, evaluated using the case of UEFA Euro 2008. *Tourism Review*, 65(1), 37–56. <https://doi.org/10.1108/16605371011040898>
- Müller, M. (2015a). How mega-events capture their hosts: event seizure and the World Cup 2018 in Russia. *Urban Geography*, 3638(December), 1–20. <https://doi.org/10.1080/02723638.2015.1109951>
- Müller, M. (2015b). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627–642. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.993333>



- Paulo, F. de S. (2019). Ingressos do GP Brasil de F-1 custam de R\$ 610 a R\$ 16,6 mil. Retrieved March 3, 2020, from <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/03/ingressos-do-gp-brasil-de-f-1-custam-de-r-610-a-r-166-mil.shtml>
- Pranic, L., Petric, L., & Cetinic, L. (2012). Host population perceptions of the social impacts of sport tourism events in transition countries: Evidence from Croatia. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(3), 236–256. <https://doi.org/10.1108/17582951211262684>
- Prefeitura de São Paulo. (2014). São Paulo renova contrato para sediar a Fórmula 1 até 2020. Retrieved November 13, 2016, from <http://www.capital.sp.gov.br/portal/noticia/2143#ad-image-0>
- Prefeitura de São Paulo. (2016a). Contrato N° 003/2016-SEATUR. Retrieved from https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/governo/arquivos/contratos/seatur/2016/003_2016/CT_0032016_SEATUR_Parte01.pdf
- Prefeitura de São Paulo. (2016b). Convênios e Contratos. Retrieved November 13, 2016, from <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/governo/contratos/index.php?p=151693>
- Prefeitura de São Paulo. (2017). *Contrato - 38/2017-SGM*. Retrieved from <http://transparencia.prefeitura.sp.gov.br/contas/Paginas/Contratos.aspx>
- Prefeitura de São Paulo. (2018). *Contrato CT - 011/2018-SGM*. Retrieved from <http://transparencia.prefeitura.sp.gov.br/contas/Paginas/Contratos.aspx>
- Prefeitura de São Paulo. (2019). *Contrato - 015/2019-SMTUR*. Retrieved from <http://transparencia.prefeitura.sp.gov.br/contas/Paginas/Contratos.aspx>
- Preuss, H. (2005). The Economic Impact of Visitors at Major Multi-sport Events. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 281–301. <https://doi.org/10.1080/16184740500190710>
- Preuss, H. (2007). The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3–4), 207–228. <https://doi.org/10.1080/14775080701736957>
- Preuss, H. (2015). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6), 643–664. <https://doi.org/10.1080/02614367.2014.994552>
- Preuss, H., & Solberg, H. A. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 391–411. <https://doi.org/10.1080/16184740601154524>
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2–11. <https://doi.org/10.1177/004728758402300101>
- Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. Londres: Routledge.
- Roche, M. (2008). Putting the London 2012 Olympics into perspective: the challenge of understanding mega-events. *Twenty-First Century Society*, 3(3), 285–290. <https://doi.org/10.1080/17450140802447212>
- Sanz, Vi. A., Moreno, F. C., & Camacho, D. P. (2012). Impacto social de un gran evento deportivo: el Gran Premio de Europa de Fórmula 1. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 7, 53 a 65.
- Smith, A. (2009). Theorising the Relationship between Major Sport Events and Social Sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2–3), 109–120. <https://doi.org/10.1080/14775080902965033>
- Smith, A. (2012). *Events and Urban Regeneration*. New York: Routledge.
- Souza, A. P. P. de, Souza, D. L. de, Santos, S. M. dos, & Castro, S. B. E. de. (2014). A produção científica brasileira sobre megaeventos esportivos na área das Ciências do Esporte: um levantamento a partir do CONBRACE 2013. *Motrivivência*, 26(43), 212–228.



- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2014v26n43p212>
- Spilling, O. R. (1996). Mega event as strategy for regional development: The case of the 1994 Lillehammer Winter Olympics. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 8(4), 321–344.
- SPTuris. (2015). Observatório do Turismo. Retrieved November 22, 2016, from <http://www.observatoriodoturismo.com.br/category/estudos-e-publicacoes/outras-publicacoes/outras-publicacoes-2015/>
- SPTuris. Estatuto Social São Paulo Turismo S.A. (2016). Retrieved from <http://spturis.com/v7/quemsomos.php>
- SPTuris. (2019). *GP BRASIL DE FÓRMULA 1 - 2019*. São Paulo. Retrieved from www.observatoriodoturismo.com.br
- Storm, R. K., Jakobsen, T. G., & Nielsen, C. G. (2019). The impact of Formula 1 on regional economies in Europe. *Regional Studies*. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1648787>
- Tavares, O. (2011). Megaeventos Esportivos. *Movimento, Porto Alegre*, 17(3), 11–35.
- Varotti, F. de P., & Malaia, J. M. (2016). A Prática da Governança Corporativa e sua Influência Para os Stakeholders Envolvidos no Desenvolvimento de um Projeto Esportivo do Sesi-SP. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.5585/podium.v5i1.154>
- Varotti, F. de P., & Nassif, V. M. J. (2019). GP Brasil de Fórmula 1: um megaevento esportivo e sua relação com a cidade de São Paulo. *Motrivivência*, 31(57), 1–23. <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2019e55379>
- Vecchioli, D. (2019). Perto de ser privatizado, autódromo dá lucro à prefeitura de São Paulo. Retrieved March 4, 2020, from <https://www.uol.com.br/esporte/f1/ultimas-noticias/2019/05/14/perto-de-ser-privatizado-autodromo-da-lucro-a-prefeitura-de-sao-paulo.htm>
- Zampier, M. A., Takahashi, A. R. W., & Fernandes, B. H. (2012). Sedimentando as bases de um conceito: as competências empreendedoras. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 1(1), 101. <https://doi.org/10.14211/regepe.v1i1.16>
- Zhou, (Joe) Yong. (2010). Resident perceptions Toward the Impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138–153. <https://doi.org/10.1080/15470148.2010.485179>
- Zimmermann, M. (2011). *Fórmula 1 em Interlagos* (Volume 1). BoD–Books on Demand.