ANÁLISE DA OPERACIONALIZAÇÃO DOS JOGOS UNIVERSITÁRIOS INTERUNESP

Laís Fernanda Castilho do Val[1]

Savanna da Rosa Ramos[2]

RESUMO

Os eventos são realizados nas mais diversas áreas temáticas, dentre elas, vem se destacando a área universitária. Assim, tem-se como objeto de estudo o evento InterUnesp (evento universitário esportivo) considerando a sua programação diversificada, estabeleceu-se a problemática de estudo quanto ao planejamento e organização do evento e suas ações de marketing no decorrer das edições já realizadas (2001 a 2011). O objetivo geral foi analisar a operacionalização dos Jogos Universitários InterUnesp. A metodologia qualitativa teve como instrumento de coleta de dados a entrevista com os gestores de Comissões Organizadoras do evento. Os resultados demonstraram que os Jogos Universitários InterUnesp, a partir da sua evolução tem como fator diferencial a integração proporcionada aos participantes.

Palavras-chave: Eventos; Planejamento; Gestão; Esporte; Universidade.

1 Introdução

Os eventos são realizados nas mais diversas áreas temáticas, dentre elas, vem se destacando a área universitária, que reúne desde a categoria técnica-cientifica até artística e cultural no âmbito da universidade. Desse modo, foi estabelecida essa pesquisa, com a escolha do objeto de estudo o evento Jogos Universitários InterUnesp.

Estes eventos universitários tem crescido cada vez mais no mercado de eventos, atraindo milhares de participantes, envolvendo diversas empresas de eventos, arbitragem, entre outros equipamentos e serviços que fazem parte do *trade*

[1] Bacharel em Turismo na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP. E-mail: laisf_castilho@hotmail.com.

[2] Mestre em Turismo e Hotelaria na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Professora Assistente no Curso de Turismo da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP/Campus Rosana. E-mail: savannaramos@gmail.com.

turístico. Entre diversos eventos universitários, o InterUnesp vem se destacando pelo fato de ser um evento de grande magnitude que envolve participantes de diferentes cursos e lugares do Estado de São Paulo, já que a Unesp possui como característica ser multicampi.

O InterUnesp tem como principal objetivo promover a prática esportiva dentro das unidades, incentivando os estudantes a treinarem e praticarem regularmente atividades esportivas (ATLÉTICA BAURU, 2012). É um evento anual que acontece preferencialmente em um feriado prolongado do segundo semestre, consiste em quatro dias de jogos. Tal evento vem sendo planejado pelas Atléticas, que são organizações estudantis internas a Unesp, existindo atualmente, vinte e três (23), sendo que vinte e duas (22) delas participam do seu planejamento.

Com isso tem-se a problemática quanto ao desenvolvimento do seu planejamento e organização, suas ações de marketing no decorrer das edições já realizadas, consideradas de 2001 a 2011. Com isso, o objetivo principal do trabalho foi analisar a operacionalização dos Jogos Universitários InterUnesp. E para o seu alcance estabeleceram-se os objetivos específicos: resgatar o histórico do evento; destacar a evolução do evento; verificar a operacionalização do evento; e, identificar os aspectos positivos e negativos do evento.

Para a discussão teórica, a qual se estrutura a pesquisa, enfatiza-se o segmento de eventos, com breves conceituações da área, incluindo a gestão, de natureza de seus impactos e sustentabilidade em eventos. Assim como, sobre eventos universitários e, especificamente, dos Jogos Universitários InterUnesp.

Dessa forma a metodologia da pesquisa, tendo o método dedutivo como norteador da análise, foi estabelecida caracterizando-se como qualitativa de caráter exploratório, já que para melhor compreensão do objeto de estudo buscou-se trazer a visão dos gestores do InterUnesp, envolvendo, além do levantamento bibliográfico, documental e de dados em meios eletrônicos, entrevistas com os mesmos considerando suas experiências práticas com o problema pesquisado auxiliando na compreensão.

Quanto aos procedimentos metodológicos, a pesquisa bibliográfica se deu em obras, principalmente, de autores do segmento de eventos, como Watt (2004), Matias (2007, 2011) e Allen (2008); e pesquisas em meios eletrônicos, como

complemento aos assuntos pertinentes ao evento. Também, a pesquisa documental, foi necessária para se ter acesso ao histórico do evento, bem como informações adicionais sobre como se deu seu planejamento, organização e ações de marketing realizadas nas edições dos Jogos Universitários InterUnesp.

Como instrumentos de coleta de dados utilizaram-se: livros, artigos científicos, notícias em meios eletrônicos, documentos e entrevistas. A entrevista estruturada com perguntas abertas e fechadas, versou sobre as categorias: Planejamento e Organização do evento; Estratégias de Marketing; Estratégias de comunicação; Perfil do público; Realização dos Jogos e Atrações do evento. A sua aplicação deu-se por meio eletrônico (envio via *e-mail*), dado ao fato que o público selecionado reside em diferentes cidades do Estado de São Paulo. Assim, o publico selecionado foram os gestores que tiveram cargo de presidente da Comissão Organizadora (C.O) dos Jogos Universitários InterUnesp de cada ano do evento. Primeiramente, fez-se o contato para saber da disponibilidade dos mesmos, e posteriormente, após concordância em participar da pesquisa, enviou-se a entrevista em *e-mail* individualmente, num total de dez (10) pessoas, estabelecendo a população da pesquisa. A escolha por esse instrumento se deu como uma forma de apoio para a complementação das informações obtidas por meio bibliográfico e documental, não sendo assim o principal instrumento de análise utilizado.

Desse modo, a percepção do contexto do evento, pôde ser tratada com a resposta das entrevistas recebidas no período estipulado que foi de vinte e quatro (24) dias, sendo que dez (10) das entrevistas que foram enviadas, apenas cinco (5) retornaram respondidas. O tema discutido na pesquisa não foi estudado em outros trabalhos científicos, sendo sua temática inovadora no contexto de eventos universitários.

2 Breve contexto do segmento de eventos – gestão, impactos e sustentabilidade e os eventos universitários esportivos

Atualmente os eventos estão por toda parte, já que o tempo de lazer é maior e as pessoas têm praticado mais esse tipo de atividade. Desta forma o que se pode perceber é que o entusiasmo de alguns grupos e indivíduos por seus próprios

interesses e paixões, motiva o surgimento de uma imensa coleção de eventos sobre praticamente todos os assuntos e temas que se possa pensar. Allen (2008) complementa que os eventos invadem os jornais, as mídias televisivas, ocupam muito do nosso tempo e enriquece nossas vidas.

De acordo com Zanella (2008), os eventos podem ser analisados a partir de duas faces, de um lado quem organiza e de outro quem participa. Para quem organiza, evento é sinônimo de trabalho, planejamento, dedicação, iniciativa, criatividade, competência, atenção aos detalhes, reuniões diárias, resultados e objetivos atingidos. Já para quem participa, evento significa integração, geração de vínculos, absorção de cultura, tecnologia, lazer, descontração física, é simplesmente o momento em que o coração ativa o desejo de participar e viver o evento de forma expressiva, aumentando seu circulo de pessoas e lugares.

Se tratando do tema gerenciamento em eventos, toma-se por base o autor David C. Watt (2004, p. 37) que considera o ato de gerenciar a forma de conduzir, dirigir, controlar, liderar, lidar, auxiliar e treinar, menciona que, “o bom gerenciamento é muito importante para o sucesso da organização de eventos locais ou internacionais e a implementação eficaz de princípios e práticas sólidos de gestão organizacional e individual é fundamental”.

Desse modo, as principais funções do gerenciamento destacadas pelo autor são: organização; planejamento; motivação; comunicação; criação; controle e solução de problemas. Mas mesmo utilizando constantemente ferramentas que direcionam os eventos para o caminho do sucesso, pode-se dizer que todos os eventos geram impactos, sendo eles positivos ou negativos, sendo de responsabilidade do gestor contrabalanceá-los através de diversas ações conjuntas aos colaboradores do evento, para que assim o evento seja ótimo tanto para seus participantes como para seus organizadores. Com isso, percebe-se que as grandes empresas já estão se atentando aos danos causados pelos eventos e estão tentando minimizá-los, mas ao invés de adotarem fortes medidas, as companhias procuram seguir medidas simples para se posicionarem como “sustentáveis” (ALASSE, 2012).

Com isso, Allen (2008, p. 13) afirma sobre o poder que os eventos vem tendo ao deixar impactos positivos e negativos nas localidades de ordem social, cultural, ambiental , político, turístico e, principalmente, econômico, como aborda a seguir:

> Os benefícios advindos dessas combinações positivas são, em grande parte, responsáveis pela popularidade e apoio que os eventos têm. Esses benefícios estão cada vez mais bem documentados e pesquisados, e estratégias apropriadas têm sido desenvolvidas no sentido de multiplicar os resultados dos eventos e otimizar seus benefícios. A recente explosão dos eventos, juntamente com o aumento paralelo do envolvimento dos governos e de empresas privadas, levou a uma crescente ênfase na análise econômica dos benefícios dos eventos.

Mas por outro lado, pode ocorrer o insucesso de um evento não intencional conduzindo-o aos holofotes do público e à atenção da mídia por motivos incorretos. Este fato se torna desastroso, pelo fato de transformar os benefícios em embaraço político, publicidade negativa e processos demasiados. Em eventos é extremamente perceptível a importância de identificar, monitorar e gerenciar os possíveis impactos, para que assim possam ser administrados de forma a atingir o melhor resultado para todas as partes, gerando apenas impactos positivos (ALLEN, 2008).

Já em relação a sustentabilidade, esta tem sido discutida de acordo com as necessidades da sociedade em diversos âmbitos, e assim como em outros segmentos do turismo, a palavra sustentável vem sendo também muito usada quando o assunto é evento, pelo simples fato desta atividade envolver espaço, pessoas e recursos advindos, muitas vezes, da exploração da natureza.

Fontes *et al* (2008) aborda a sustentabilidade, considerando palavra contemporânea tão ouvida, falada, e escrita, já na mídia e na moda, que alguns não imaginam o que podem significar e outros acreditam saber. Apesar de muito se falar a respeito do desenvolvimento sustentável no mundo, os impactos ambientais dos eventos não são foco das atenções dos governos, da iniciativa privada e tampouco da sociedade. É recente o interesse da indústria de eventos em desenvolver pesquisas para entender a relação entre os eventos, o meio ambiente e a sociedade (GOLDENBERG, 2012).

Ao organizar um evento, muitas são as possibilidades de aplicação de estratégias que podem ser adotadas para abranger a sustentabilidade, tais estratégias devem ser adaptadas aos objetivos do evento, pessoas envolvidas,

recursos e condições disponíveis, desta forma Fontes *et al. (*2008) complementa: Usar os recursos naturais de forma responsável; Criar oportunidades de desenvolvimento econômico mais justo e equânime; Favorecer o acesso de forma democrática; Valorizar saberes práticos e populares; Fomentar a unidade, sentido de pertença e coletividade; Valorizar as escalas regionais e locais; Promover a participação ativa e cidadã; Fortalecer parcerias e instituições.

A esse cenário destacam-se os eventos universitários que vêm crescendo tanto no Brasil como no mundo pelo fato da maioria deles promoverem o conhecimento cientifico das mais diversas áreas. Mas além disso, há aqueles que vem promover o esporte, beneficiando o público ao oferecer atividades físicas para os membros da universidade, a integração, que proporciona incentivo ao coleguismo, o espírito coletivo, além também do desenvolvimento do trabalho em equipe e formação de novas lideranças (DA COSTA, 2005).

Hatzidakis (1993), diz que, “o esporte universitário é um fenômeno social que supre as necessidades de intercâmbio e integração física, cultural e social dos universitários”. Por sua vez, Coelho (1984) apud Toledo (2006) afirma que “o esporte universitário é um esporte de formação, cuja função principal é social, visando o bem estar do estudante universitário. É impossível negar a contribuição do desporto acadêmico para a aproximação do ser humano, de seu relacionamento [...]”.

Um ponto importante dos eventos universitários é que eles promovem a pratica de atividades esportivas, independente da desenvoltura do aluno, não havendo qualquer tipo de seleção, seja em competições internas ou atividades esportivas recreativas com outros alunos, visam à integração dos praticantes na plenitude da vida social, promovendo a saúde e a educação dos participantes. Com isso, contextualizando historicamente, em 1941 começaram a serem criadas as primeiras Associações Atléticas Acadêmicas no Brasil que eram vinculadas aos Centros Acadêmicos das Universidades públicas e privadas, essas entidades eram responsáveis pela realização de diferentes tipos de eventos universitários. Mas com o passar do tempo, em 1975 o que se percebeu é que a parte esportiva da universidade era de responsabilidade apenas da atlética, portando essas duas entidades foram desvinculadas, obrigando as Associações Atléticas Acadêmicas a

se portarem como entidades autônomas e únicas entidades formadas por alunos para realizar atividades de âmbito esportivo, ou relacionadas a ele.

Atualmente, existem diversos eventos universitários que acontecem por todo o Brasil. A partir da análise de alguns deles percebeu-se que são agrupados por tipos de curso ou universidades. A partir de tipos de curso pode-se citar o Intermed, Jogos Jurídicos, JUCA (Jogos Universitários de Comunicação e Artes), Economíadas, Engenharíadas, entre outros. Já quanto ao agrupamento por universidade, podemos citar InterUSP(evento realizado por estudantes da USP), TUSCA (Taça Universitária de São Carlos) (evento realizado por estudantes da UFSCar e USP), e o presente objeto de estudo Jogos InterUnesp (evento realizado por estudantes dos diversos campi da UNESP).

Assim, foi nos anos 70 que surgiu os “Jogos Unesp”, competição esportiva entre os campi da Unesp criada pela reitoria da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP. Em 1998 por motivos atualmente desconhecidos, os “Jogos Unesp” foram suspensos pela reitoria e durante dois anos não foram realizados. Porém no ano de 2000 membros das atléticas dos campi de Araraquara, Bauru, Botucatu, Franca, Guaratinguetá, Ilha Solteira, Presidente Prudente e Rio Claro decidiram se unir e organizar por conta própria os jogos, até hoje nomeado de Jogos InterUnesp. Desde então os Jogos são integralmente organizados por discentes integrantes das Atléticas dos campi da Unesp através da Liga InterUnesp.

A Liga InterUnesp foi fundada 21 de Janeiro de 2007, possui sede e foro na cidade Franca estado de São Paulo, adota a forma jurídica de associação, tem como objetivo a promoção, direção e organização de equipes, campeonatos, torneios, e competições esportivas em geral, em diversas modalidades, em especial os Jogos InterUnesp. Entre as muitas responsabilidades da Liga InterUnesp, está a escolha da cidade-sede, de acordo com o site do evento: As Atléticas de cada campus apresentam sua proposta de candidatura para ser sede do InterUnesp e, após a visitação e apresentação da infra-estrutura da cidade para recepção dos jogos, ocorre a eleição onde cada atlética possui direito de voto (INTERUNESP, 2012).

3 Análise e apresentação dos resultados

Como mencionado anteriormente, a partir da aplicação de entrevistas aos gestores responsáveis (ex-presidentes da Liga InterUnesp), a apreensão se fez das categorias estabelecidas por temática para análise, a saber: Planejamento e Organização do evento; Estratégias de Marketing; Estratégias de comunicação; Perfil do público; Realização dos Jogos e Atrações do evento.

Ressalta-se que a pesquisa teve a limitação no retorno dos questionários, dada a população delimitada (dez (10) entrevistados). A esse fato acrescenta-se o que Dencker (1998) aborda sobre esse instrumento, que fica a critério do questionado o retorno ou não ao questionador, justamente por não haver uma obrigatoriedade na respostas, considerando que a vontade do ser pesquisado influi diretamente em um resultado mais seguro para a pesquisa. Com isso, àqueles que retornaram as entrevistas, foram considerados a amostra obtendo-se 50% ou cinco (5) questionários. Esse fato também pode ser considerado, uma limitação do próprio segmento de eventos, que muitas vezes trabalha no amadorismo, não tendo um suporte de conhecimentos organizacionais que propiciem mais exatidão nas ações.

Quanto as edições do InterUnesp apresentam-se as seguintes cidades-sedes a cada ano: Botucatu/2001; Araraquara/2002; Guaratinguetá/2003; Jaboticabal/2004; Ilha Solteira/2005; Araraquara/2006; Franca/2007; Rio Claro/2008; Assis/2009; Araraquara/2010 e Marília/2011.

3.1 Planejamento e organização do evento

Entende-se que a candidatura a cidade sede é algo muito importante na preparação do evento (MATIAS, 2011) para as Ligas Atléticas. Nesse sentido, a candidatura para sediar o evento acontece por determinados fatores: incentivar o esporte dentro da universidade; conseguir maior organização no evento; e, proporcionar prazer em realizar o evento. O planejamento cuidadoso é absolutamente vital para os bons eventos, as coisas não acontecem ou surgem simplesmente por acidente, elas são produzidas mediante planejamento e reflexão eficazes.

As Atléticas que se candidatam para sediar o InterUnesp consideram que o ponto forte para captação do evento é o apoio da Diretoria do campus e posteriormente o apoio da Prefeitura e suas respectivas secretarias: Esporte; Educação; Segurança; Turismo e Departamento de Transito, conforme cidade sede, somado aos esforços de determinados integrantes da atlética que visam sediar o evento. A partir do momento em que a cidade-sede é escolhida e são eleitos alguns cargos, incluso a Presidência e Vice-Presidência, deixa-se de representar seu próprio campus, passando a representar exclusivamente os interesses do evento.

As propostas das Atléticas que já sediaram o InterUnesp se resumem em alguns pontos essenciais que a cidade e campus devem dispor, como: capacidade de abrigar os jogos; a cidade ter dimensões que tornam pequenas as distâncias entre praças esportivas; uma data viável para o evento; ter uma estrutura esportiva; possuir locais para festas e dispor de serviços de alimentação e entretenimento (dispostos geralmente em tendas) que atendam ao público estimado e um único local, preferencialmente.

Quanto aos problemas organizacionais, os gestores do evento acreditam que na sua maioria acabam ocorrendo, mas isso significa que é necessário resolvê-los antes que causem impacto. Assim, um dos maiores problemas encontrados são os de estrutura de alojamento, pelo fato de cada edição do evento acontecer em cidades diferentes, pois locais como colégios, faculdades, etc, não são arquitetados com a finalidade de abrigar pessoas, sendo assim, em algumas edições, ocorreu a falta de água sendo posteriormente corrigida com a presença de caminhões-pipa para abastecimento do público.

Um dos quesitos para sediar um grande evento como o InterUnesp é analisar se a cidade conseguirá atender a demanda do evento em relação a infra-estrutura turística e básica.. Pode-se inferir que nas edições já realizadas, as cidades possuíam uma estrutura satisfatória, enfatizando-se que em relação a serviços básicos, na maioria das vezes, a localização de estabelecimentos de restaurantes, lanchonetes, panificadoras, etc. é proxima e enquanto que postos conveniências e hospitais comumente atendem a demanda do evento, já a segurança é contratada previamente.

3.2 Estratégias de marketing

Uma das estratégias para atrair o público são as festas realizadas em meio ao clima de competição das atividades esportivas. As festas também ganham um atrativo a mais para os participantes, com uma modalidade tipo *open bar* muito bem organizada e com apelo musical principalmente, nas festas noturnas. Buscam-se atrair bandas que sejam conhecidas pelos universitários entre outras atrações populares, acontecendo simultaneamente em diferentes ambientes.

Outra atração é a tenda que acontece no período vespertino do evento, localizada próxima ao ginásio principal, a ideia inicial ocorreu na edição de Guaratinguetá/2003, mas era algo simples, apenas com DJ e uma barraca com venda de bebidas. Já em Jaboticabal/2004 ocorreu a primeira Tenda do InterUnesp, que com o passar dos anos, foi se transformando em uma super festa, com apresentação de diversos *shows*, bares amplos, extensa área coberta, divulgação de marcas patrocinadoras e praça de alimentação.

Com isso, percebeu-se que um fator diferencial no InterUnesp, foi de atração do público, pelo o clima de integração entre os estudantes, promovido em todo ambiente do evento, sendo um momento de descontração e interação entre os unespianos que durante o restante do ano permanecem espalhados pelos diversos campi da UNESP.

3.3 Estratégias de comunicação

A boa comunicação precisa de canais eficientes e diversificados sejam formais ou informais, desta forma no InterUnesp ocorre a confecção de *flyers*, *blimps*, *outdoors*, inserções em rádio e TV, pôsteres, realização de panfletagem e customização de carros. Referente a esses meios, os autores Britto e Fontes (2002) comentam que a comunicação mercadológica é o caminho instituído para a manutenção da comunicação com segmentos-alvo do mercado.

O evento apresenta a característica de ser auto promovido, uma vez que os participantes que o frequentam disseminam o evento para outras pessoas, geralmente assim que os calouros se inserem na UNESP, os veteranos já

promovem o InterUnesp para os mesmos, sendo considerado como propaganda boca-a-boca, que funciona como um dos melhores meios para a divulgação. Desta forma a divulgação por parte da organização funciona mais como mecanismo de informação e notificação.

Vale enfatizar que o evento atualmente vem tendo um apelo para participação com foco nas festas, mas esse não é o objetivo principal do evento (como já comentado), visto que através delas a organização consegue capitalizar o evento para custear as competições esportivas, razão fundamental do evento.

A respeito da comercialização de produtos no evento, esses ficam por conta de alimentos e bebidas que tem como objetivo de suprir as necessidades dos participantes. Observa-se é que o evento não tem apelo comercial, uma vez que o estudante leva seus pertences e adquire os kits com suas atléticas, geralmente contendo bata, caneca, mochila, tirante, chaveiro, bateco, tatuagem provisória e peruca.

3.4 Perfil do público

O público do evento são os estudantes da Unesp e seu perfil como participantes do InterUnesp, a partir de dados psicográficos citados por parte dos gestores pesquisados, destacam-se como: animado, participativo, cativante e envolvente e embora muito ativo, muito pacífico. Ainda, pela evolução do evento, o perfil do público unespiano se modificou assim como o evento em si, tendo o aumento do poder aquisitivo do que no início do InterUnesp,.

Desta forma, se o perfil do público se modifica, o evento também se modifica e a princípio o evento não contava com as bebidas que atualmente marcam as noites do evento, os *shows* tinham estrutura mais simples e atrações menores. Outra consideração, é que desde o inicio do evento até os dias atuais tem aumentado a frequência de participantes não unespianos, isto ocorre por fatores como o caso de muitos alunos convidarem amigos de fora da Unesp para participar do evento, incluindo grupos de alunos de outras universidades; muita divulgação nas cidades-sede; a realização do evento em cidades próximas de grandes centros

urbanos e principalmente pela dimensão que o evento tomou atraindo público de diversos lugares, origens e gostos.

Por um lado ex-gestores do evento consideram uma boa oportunidade, pois tais participantes contribuem com a renda que é revertida em favor do evento; podem ter a experiência de viver o InterUnesp proporcionando intercâmbio entre a cultura universitária; e contribuem com a divulgação do evento não somente no sentido comercial , mas na conscientização e ampla divulgação do que é o universo unespiano considerando uma experiência organizada e pacífica, que deve ser reconhecida e estimulada, uma vez que o estudante jovem tem uma imagem depreciada de desordeiro no evento e em nossa sociedade. Porém, outros acreditam que tal ocorrência é ruim, pois é necessário preservar as características principais do evento e manter sua identidade, fazendo com que o evento permaneça majoritariamente unespiano. Mencionam-se nas entrevistas que hoje as atléticas viraram “negócios” então quanto mais pessoas melhor.

3.5 Realização dos jogos e atrações do evento

Através de um processo de licitação realizado previamente pela Liga InterUnesp é feita a contratação de uma empresa terceirizada para arbitragem, sendo de sua responsabilidade a confecção das sumulas, arbitragem, geração de relatórios e material esportivo dos Jogos, sendo acompanhados pelos responsáveis eleitos pela Liga InterUnesp.

Quanto ao ginásio principal das diversas edições do evento cita-se que nas primeiras edições os ginásios maiores tinham capacidade para comportar todos os participantes, mas que atualmente devido ao elevado número de participantes os ginásios conseguem abrigar aproximadamente cinco mil pessoas que é um pouco menos da metade do público geral. Tal fato é considerado falho na organização e planejamento de eventos já que o local onde o evento é realizado deve abrigar todos os participantes, não havendo nenhum tipo de exclusão.

A tenda diurna tem por característica ser um espaço aberto, que contem a comercialização de alimentos e bebidas aos participantes. E o seu comercio foca a venda de bebidas geralmente sendo água, refrigerante e cerveja. e bebidas

destiladas, e alimentação rápida. Na tenda também se encontra estrutura de som com apresentação de *shows* para proporcionar entretenimento e descontração para o público durante o dia, é considerado o maior espaço de integração durante o dia.

Vale ressaltar que a organização do evento deve levar em consideração que os locais escolhidos para a realização de diversas atividades do evento devem ser afastados de áreas urbanas para evitar quaisquer tipos de impacto negativo físico e ambiental como geração de ruídos em níveis intoleráveis como ressalta Allen (2008).

Quanto as ações sustentáveis, leva-se em conta os três principais pilares: o social, o ambiental e o econômico. Mas na prática o que percebe-se é que não existe uma fórmula para alcançar a sustentabilidade e nem um evento perfeito realizado com ações 100% sustentáveis, e sim pequenas ações que juntas impactam em menor grau o local sede, a sociedade que lá reside e os participantes do evento. Essas ações acabam trazendo um reconhecimento externo e valorização para o evento, pois é a partir desse comprometimento que se terá a seriedade tão almejada para toda a organização e público participante.

Assim, o Inter Recicla foi posto em prática pela primeira vez na 11ª edição do evento sediado em Marília em 2012, e devido ao seu sucesso a organização se pretende continuar realizando-o. Esse projeto constitui-se da realização de coleta seletiva de resíduos gerados pelo evento, contando com o apoio de cooperativas de reciclagem e promovendo a sensibilização do público participante do evento para que reciclem e descartem conscientemente o lixo, abrangendo todos os estudantes dos diversos cursos e campi. Este projeto têm um impacto social positivo na comunidade local da cidade-sede, ocasionando o fortalecimento da marca do InterUnesp para seus participantes, autoridades locais, trade turístico e principalmente para a própria comunidade que foi beneficiada.

Outro projeto realizado pelo evento é a Campanha contra o *Bullying*, a partir da edição de Marília/2011, já que na 10ª edição em Araraquara ocorreu um ato de *bullying* que insultava a integridade física e moral de alguns participantes do evento tendo repercussão na mídia televisiva, eletrônica e escrita. Devido a isso, foram discutidas formas de minimizar tal atitude e criar uma nova realidade de evento. A campanha anti-*bullying*, tem o objetivo de conscientizar o público de um problema

que é cada vez mais atual sociedade, e alerta-los das consequências de um ato que pode ser considerado crime.

Esse projeto do evento vem ao encontro das necessidades sociais vivenciadas e que funciona como uma sensibilização para todo público participante. Deste modo, vem sendo perceptível a preocupação dos gestores do InterUnesp com os impactos que o evento causa, e busca por minimizá-los, assim como também se importa com o desenvolvimento da sustentabilidade, desempenhando ações que beneficiam a sociedade e o meio ambiente.

Diversas ações podem ser sugeridas para contribuírem com a prática da sustentabilidade, pode-se citar as que mais adéquam as necessidades atuais dos Jogos Universitários InterUnesp: reduzir o consumo de energia, água, bens e serviços; reduzir a geração de serviços; priorizar o uso de objetos duráveis ao invés de descartáveis; buscar a máxima reutilização materiais; priorizar o uso de recursos naturais renováveis; priorizar o uso de materiais recicláveis e reciclados; encaminhar resíduos para reciclagem e compostagem; otimizar o transporte coletivo e solidário. Priorizar a oportunidade de negócios para empreendimentos econômicos populares e solidários (cooperativas, associações e microempresas autogestionárias); negociar preços justos; escolher um lugar para o evento que seja de fácil acesso e cujo ambiente seja receptivo a diferentes pessoas, de diferentes níveis socioculturais; cuidar da adequação do espaço físico para pessoas com necessidades especiais de locomoção; praticar preços justos para inscrição no evento; evitar isolamento de grupos; respeitar as necessidades e ritmos humanos na programação de atividades; respeitar sensibilidades e necessidades da comunidade do entorno, evitando incômodos (por exemplo, propagação de ruídos em níveis intoleráveis). Valorizar as escalas regionais e locais quanto a produtos oferecidos e serviços prestados; dimensionamento e logística do evento, favorecendo a integração e proximidade de diferentes pessoas. Construir processos transparentes de gestão do evento; compartilhar informações de maneira clara e permanente; partilhar as tomadas de decisões tanto durante a organização quanto durante o evento; formar equipes de trabalho autogestionárias e motivadas pela cooperação; esclarecer e definir em conjunto as atribuições de cada um no trabalho em equipe; capacitar pessoas interessadas em participar, transferindo conhecimento e ampliando as habilidades

pessoais e para finalizar buscar parcerias com instituições que compartilham os princípios da sustentabilidade e multiplicam experiências neste âmbito (FONTES *et al.*, 2008).

4 Considerações Finais

Os eventos universitários estão crescendo a cada ano, fato justificado pela quantidade de universidades e cursos que têm surgido, pela necessidade do indivíduo de se socializar, ir em busca do novo, e no caso de eventos universitários esportivos, a necessidade da pratica de diversas modalidades do esporte.

A partir da análise da operacionalização dos Jogos Universitários InterUnesp, pode-se apreender que o evento teve um caminho do inicio da década em 2001, passando por diferentes gerenciamentos que o fez tornar-se um evento fixo (anual) envolvendo a participação de milhares de pessoas e vem gerando impactos tanto positivos como negativos para seus participantes e comunidade local.

Com isso, na operacionalização do evento destacaram-se como pontos relevantes na organização do evento como a escolha da cidade-sede do evento com alguns quesitos de atendimento para serviços básicos e turísticos; a importância da contratação por parte da Liga InterUnesp de empresas terceirizadas como a de festas e de arbitragem; os tramites de alojamentos e proximidades entre as praças esportivas/local de festas; a preocupação com a geração de impactos e o desenvolvimento de ações sustentáveis (campanhas Inter Social, InterRecicla e Campanha Anti-*Bullying*); e pelas ações de marketing que enfatizam a integração como fator diferencial para o evento acontecer com sucesso de publico.

E como aspectos negativos destacaram-se aqueles relativos ao apelo para participação no evento com foco nas festas consequente do aumento do apelo comercial, desviando-se os participantes do objetivo do evento; e também relativo a infra estrutura que não consegue abrigar todos os participantes no evento, além da falta de água nos alojamentos que acontece desde as primeiras edições.

Na análise da operacionalização dos Jogos Universitários InterUnesp foi possível perceber como as características dos Jogos Universitários InterUnesp evoluíram desde seu início, devido as diversas modificações no mercado do

segmento de eventos, justificando o aprimoramento dos aspectos organizacionais e o crescimento do evento em relação a quantidade e perfil dos participantes que acarretaram impactos positivos e negativos. Foi possível também fazer referência as questões de sustentabilidade que vem se tornando presente tanto na sociedade como também no próprio InterUnesp. Acredita-se que esta pesquisa possa servir de apoio para próximos trabalhos científicos, assim como servir para que empresas do ramo de eventos e a própria comissão organizadora do evento tenha novas perspectivas de organização.

Referências Bibliográficas

ALASSE, Letícia. **Como fazer eventos com menos impacto ambiental, social e econômico.** Disponível em:<http://www.administradores.com.br/informe-se/marketing/comofazer-eventos-com-menos-impacto-ambiental-social-eeconomico/52129/>. Acesso em: 18 set. 2012.

ALLEN, Johnny. **Organização e gestão de eventos**. [tradução de Marise Philbois e Adriana Kramer]. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ATLÉTICA UNESP BAURU. Disponível em: <http://www.atleticaunespbauru.com.br/atleticaunespbauru/pt/index. php>. Acesso em 8 mai. 2012.

BRITO, Janaína. FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**. Uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

DACOSTA, Lamartine. **Atlas do Esporte no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Shape, março-abril 2005, p.49.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 8. ed. São Paulo: Futura, 1998.

FONTES, Nádia...[et al.]. **Eventos mais sustentáveis**: uma abordagem ecológica, econômica, social, cultural e política. São Carlos: EdUFSCar, 2008.

GOLDENBERG, Flávia. **Os Eventos e seu Impacto Ambiental.** Disponível em: <http://www.mundodomarketing.com.br/imprimirmateria.php?id=19810>. Acesso em: 10 set. 2012.

HATZIDAKIS, G. S. Perfil da atividade esportiva principal de atletas universitários participantes de competições esportivas universitárias oficiais. (**Monografia** – UNIFEC) São Caetano do Sul, 1993.

InterUnesp. EVENTOS BAURU. Disponível em: <www.eventosbauru.com.br>. Acesso em: 10 set. 2012.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 4. ed rev. e ampl. – Barueri: Manole, 2007.

MATIAS, Marlene. **Planejamento, organização e sustentabilidade em eventos**: culturais, sociais e esportivos. In: MATIAS, Marlene (org.). Barueri: Manoli, 2011.

TOLEDO, Roberto. **Gestão do esporte universitário**: uma importante estratégia de marketing para as universidades. São Paulo: Aleph, 2006.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

WATT, David C. **Gestão de eventos em Lazer e Turismo** / trad. Roberto Cataldo Costa. – Porto Alegre: Bookman, 2004.