



Vol. 11, Nº 24 (junio / junho 2018)

TURISMO ESPORTIVO: JOGOS UNIVERSITÁRIOS NA CIDADE DE VASSOURAS-RJ

Erick Muniz de Andrade

Bacharel em Turismo pela UFF
e-mail: erickmunizz07@gmail.com

Liana Cid Bácia

Mestranda em Administração pela UFF, Bacharel em Turismo pela UFF
e-mail: lianabarcia@id.uff.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Erick Muniz de Andrade y Liana Cid Bácia (2018): "Turismo esportivo: jogos universitários na cidade de Vassouras-RJ", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 24 (junio / junho 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/turismo-esportivo-brasil.html>

RESUMO

As viagens motivadas pela paixão esportiva têm se apresentado em constante crescimento, resultando na segmentação turística denominada Turismo de Esportes, ou Turismo Esportivo. O crescimento deste nicho de mercado deve-se ao alto valor dado aos espetáculos proporcionados pelos eventos esportivos e à evolução dos meios de comunicação. Nesse contexto, o esporte universitário surge como nova forma de proporcionar espetáculo esportivo para diferentes públicos, tornando-se um segmento responsável por movimentar especialmente estudantes, aos destinos sedes dos Jogos Universitários, promovendo o Turismo Esportivo nessas localidades. Este estudo tem por finalidade entender os impactos dos Jogos Universitários na promoção e desenvolvimento turístico de um destino, tomando como referência os Jogos na cidade de Vassouras, localizada na região do Vale do Café, Rio de Janeiro. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico e algumas entrevistas semiestruturadas com atores envolvidos no processo de realização de um evento como este, englobando a perspectiva de representantes do setor público e privado, tanto de dentro como de fora do destino. Os dados apontam que os Jogos Universitários podem ser estratégias interessantes para Vassouras promover a economia local e atrair um público que pode retornar em outro momento.

Palavras-chave: Turismo. Eventos. Esporte. Jogos Universitários. Vassouras.

ABSTRACT

The trips motivated by sportive passion are presented in constant growth, resulting in a touristic segmentation named Tourism of Sports, or Sports Tourism. The growth of this segment is due to the high value given to spectacles provided for sporting events and the evolution of media. On this context, the university sport emerges as new way of providing sporting spectacle to different audiences, becoming a segment responsible for moving in particular students, to the host destinations of the University Games, promoting the Sports Tourism in these localities. This study that aims to understand the impact of university sports in the promotion and development of tourism in a destination, taking as reference the games in the city of Vassouras, located in the region of Vale do Café, Rio de Janeiro. It was realized a qualitative research through semi-structured interviews with key actors involved in the process of achievement of events like this, including the perspective of

representatives of public and private sector, both inside and outside the destination. The data indicates that the University Games can be interesting strategies for Vassouras, promote the local economy and attract an audience that can return at another time.

Keywords: Tourism. Events. Sport. University Games. Vassouras.

1. INTRODUÇÃO

O Turismo Esportivo configura-se atualmente como um segmento capaz de estimular economicamente o crescimento de países, estados e cidades. Isto foi possível pela valorização do espetáculo esportivo proporcionado pelos eventos e pelas inovações tecnológicas, em especial no setor midiático (ROSS, 2001). O Turismo Esportivo é a prática turística que envolve desde as viagens para a participação em eventos esportivos, como parte das delegações ou como espectador, até as visitas a equipamentos ligados ao esporte (CARVALHEDO, 2005).

Neste sentido, o esporte universitário brasileiro se relaciona com o Turismo Esportivo, pois é visto como estratégico devido à capacidade que também possui para a geração de fluxos turísticos a partir da realização de Jogos Universitários. É um segmento que ainda não é muito trabalhado no Brasil, como acontece em outros países. Este é o caso, por exemplo, dos Estados Unidos, que estimula o esporte praticado nos colégios e universidades.

Esse movimento esportivo dentro das universidades faz emergir um novo nicho de mercado e traz múltiplos aspectos positivos, dentre eles: incentivo ao cuidado com a saúde através do esporte, novas oportunidades de empregos para diferentes áreas do mercado esportivo e estímulo a novos negócios para empresas que trabalham com esporte ou com a organização de eventos.

Os Jogos Universitários, se trabalhados estrategicamente, podem exercer papel fundamental na promoção de um destino turístico, além da criação e manutenção de uma identidade para a cidade. Porém, apesar de Vassouras já receber uma quantidade razoável de turistas no período em que acontecem os eventos universitários, supõe-se que estes universitários visualizem o destino apenas como a cidade sede dos eventos e não tirem proveito da estadia para conhecer a localidade.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Turismo Motivado Pelo Esporte

A história da humanidade é repleta de relatos de deslocamentos, em diferentes períodos e por diferentes civilizações. Portanto, a necessidade humana de deslocamento não é um fenômeno recente: o homem sempre teve motivos para se deslocar (MILHEIRO; MELO, 2005). Na Grécia Antiga já era possível observar esse fenômeno, a partir da ida de atletas de diferentes estados para Atenas para competir nos Jogos Olímpicos (RIBEIRO, 2014).

O turismo é uma atividade econômica de importância mundial, responsável por movimentar milhões de pessoas e com isso, gerar renda e empregos (diretos e indiretos) nos mais diversos

destinos de acordo com seus segmentos de mercado (BRASIL, 2010). Sabe-se que a atividade turística pode ser dividida em diferentes segmentos, um deles é o Turismo Esportivo. Carvalhedeo (2005, p. 725) define o Turismo Esportivo como “[...] viagens com fins recreativos nas quais os indivíduos participam de atividades físicas, assistem a eventos esportivos ou visitam atrações associadas a atividades esportivas”.

O segmento do Turismo de Esportes ou Turismo Esportivo, em grande parte está relacionado com o esporte-performance, visto que nessa dimensão do esporte estão envolvidos os talentos esportivos, capazes de proporcionar espetáculos e induzindo o deslocamento de fãs para assisti-los. O esporte-performance é considerado por Tubino (1992) o menos democrático por priorizar aqueles que possuem talento, porém também possui sua relevância social. Efetivamente, pode ser considerado gerador de empregos por demandar mão de obra qualificada e, por fim, é certamente um fator gerador de turismo.

Para Carl Diem (1966), citado por Tubino (2010), o esporte está intimamente ligado à cultura humana, sendo a essência de cada povo em diferentes épocas. O esporte passou por diversas mudanças ao longo da história, mais precisamente pode ser dividido em três momentos, que são: Esporte Antigo, Esporte Moderno e Esporte Contemporâneo (TUBINO, 2010).

No Brasil, a Corrida de São Silvestre, que acontece anualmente em São Paulo, teve pela primeira vez a participação de competidores de outros países no ano de 1945, passando a ser uma referência para o turismo. Em 1950 a inauguração do Maracanã, no Rio de Janeiro, fez com que o país, que sediava a Copa do Mundo de Futebol naquele ano, ganhasse um novo símbolo e mais uma vez se tornasse referência para o turismo (CARVALHEDO, 2005).

Fatos como esses, em diversas partes do mundo, contribuíram para o interesse por parte da mídia em lucrar com a audiência proporcionada pelo esporte. Assim como despertaram o interesse de empresas em associar suas marcas patrocinando o esporte e eventos esportivos, como nos Jogos Olímpicos de 1984 em Los Angeles, primeiro dos Jogos a ser vendido à iniciativa privada (SIGOLI; DE ROSE JR, 2004).

Com o passar do tempo, países ganharam destaque internacional por meio do esporte ou por fatos relacionados ao esporte. O turismo motivado pelo esporte, ou o ato de se viajar por razões relacionadas ao esporte, começa a ser tratado como atividade turística a partir da popularização, em nível mundial, das competições esportivas (BRASIL, 2010).

O Turismo Esportivo pode ser do tipo Ativo, referindo-se ao turista que viaja com a finalidade de participar em atividades esportivas que para Ross (2001) podem ser competições amadoras de determinado esporte ou pode ser ainda a prática esportiva simplesmente por *hobbie*, algo voluntário, como uma forma de lazer. O turismo esportivo também pode ser de visitação ou nostálgico, que envolve a viagem para locais famosos pela atração esportiva, que Ribeiro (2014, p. 23) recorrendo a Hinch e Hingham (2004) atribui aos turistas que têm como motivação a visitação em espaços que possuem relevância no que tange ao esporte, como museus esportivos e até os estádios que oferecem visitas quando não se tem jogos.

O rápido crescimento do segmento, como afirma Ribeiro (2014), está relacionado a uma série de fatores como a democratização do esporte, o investimento em infraestruturas esportivas, além do crescimento da oferta turística e às diversas opções de mobilidade existentes. Esses fatores possibilitaram a sobreposição entre a oferta do turismo e do esporte, e por conta dela é possível a existência do Turismo Esportivo. Não é necessário que deixe de existir a prática esportiva ou turística, para que exista a prática turístico-desportiva: ela existe na sobreposição entre ambas (CARVALHO; LOURENÇO, 2008; RIBEIRO, 2014).

Para que o evento aconteça em determinado local, pode-se contar com a ajuda marketing. Bosnjak et al. (2016) acreditam que profissionais de marketing de turismo esportivo deveriam desenvolver atividades com dois objetivos distintos: prazer hedônico (como dança e esqui) e de auto-expressão (aulas que se concentram em aprender e cultivar habilidades relacionadas a atividade). Os autores dizem que atividades que causam prazer nos participantes podem aumentar o sucesso financeiro de eventos de turismo esportivo.

Os autores Maravić, Bednarik, Lesjak (2015) pesquisaram a respeito da competitividade de destinos turísticos esportivos realizando um estudo na Eslovênia. Eles avaliaram o destino em algumas categorias consideradas relevantes, como: transporte, hospitalidade, oferta primária, oferta de esportes, imagem e serviços de suporte. Os autores ressaltam a importância de identificar fraquezas nesses destinos e trabalhar em conjunto para compartilhar ideias. Do ponto de vista da atratividade e da competitividade, o Turismo Esportivo de eventos torna-se o mais interessante, considerando o espetáculo proporcionado e apelo do público por conta desse espetáculo.

2.2 Eventos Esportivos Universitários

O marco inicial da história esportiva universitária brasileira remete ao ano de 1916, em que foram realizadas diversas disputas envolvendo universidades do Rio de Janeiro e de São Paulo (BORGES; BUONICORE, 2007). O crescimento desse segmento no Brasil passa pela intervenção do Estado no esporte, evidente no período do “Estado Novo”, quando em 1941 sob o governo de Getúlio Vargas foi criado o Conselho Nacional de Desportos (CND) (BORGES; BUONICORE, 2007).

De acordo com Barbosa (2014 p. 31) o esporte universitário é “[...] toda e qualquer prática esportiva, obrigatória ou voluntária, realizada dentro de uma Instituição de Ensino Superior (IES) por alunos matriculados em cursos de graduação ou de pós-graduação”. Essa definição, entretanto, delimita geograficamente a prática esportiva universitária. Oliveira (2016, p. 27), por sua vez, afirma que “A prática do esporte por universitário, representando uma instituição acadêmica, em qualquer que seja o ambiente, obviamente também será tratada como Esporte Universitário”.

O prestígio internacional que esses eventos conquistaram ao longo dos anos, fez com que a UNESCO determinasse, em 2016 o dia 20 de setembro de como o dia internacional do esporte universitário. Isso provocou um movimento mundial de realizações de eventos esportivos, educacionais e culturais encorajando pessoas em diversos países à praticarem esporte regularmente (FISU, 2016).

Em diferentes países, as cidades e distritos aproveitam a existência da prática de atividades esportivas para atrair eventos esportivos que já existem e/ou criam seus próprios eventos. Essas atividades esportivas constituem-se como uma parcela considerável do setor de atrações e entretenimento (LOHMANN, 2010), por meio da associação dos esportes com a enorme capacidade de audiência global que os eventos alcançam (HORNE; MANZENREITER, 2006).

A Universíade é o principal evento esportivo em nível internacional. Segundo dados da Federação Internacional do Esporte Universitário (FISU) acontecem de 2 em 2 anos, em cidades diferentes desde 1959, quando em Turim reuniu 43 países e 1400 participantes. Atualmente conta com aproximadamente 170 países, sendo considerado como o segundo maior evento multiesportivo do mundo, atrás dos Jogos Olímpicos (HATZIDAKIS, 2006; MAZZEI; BASTOS, 2012; RIOS, 2015; FISU, 2016).

Apesar do reconhecimento dos impactos positivos ocasionados pelos grandes eventos esportivos, os eventos menores, que não pertencem a essa categoria também possibilitam a ocorrência de benefícios. Eventos esportivos de menor porte, se tornaram um meio popular de atrair turistas para um destino (KWIATKOWSKI, KÖNECKE, 2017).

Os eventos esportivos possuem uma relação extremamente próxima com o turismo. Segundo Besen e Moretto Neto (2005, p. 3) “No turismo de eventos esportivos, o turista se desloca até a localidade com o motivo de participar de eventos de caráter científico sobre esportes ou competir em provas, campeonatos ou jogos”. Matias (2013) afirma que muito antes do surgimento do termo turismo, os primeiros registros de deslocamentos das pessoas de uma localidade a outra, foi por conta de um evento relacionado ao esporte, os primeiros Jogos Olímpicos da Era Antiga, em 776 a.C.

O mercado de eventos tornou-se uma atividade de âmbito mundial por conta do impacto econômico, comercial, técnico, científico e sociocultural (BRASIL, 2010). No caso do destino, o evento representa, segundo Matias (2002), um grande estímulo para a economia de um município, uma vez que envolve uma grande movimentação nos mais diversos setores da economia. De acordo com Hall (1989) e Getz (2007) isto faz com que os eventos sejam elementos chave nas estratégias de marketing internacional, nacional e regional.

Em uma pesquisa realizada por Kim, Jun, Walker e Drane (2015), foi abordada a importância da percepção dos residentes sobre os impactos sociais resultantes de eventos de turismo esportivo. Essa percepção torna-se importante para a obtenção de apoio da comunidade para os eventos. A pesquisa dos autores identificou a existência de seis impactos sociais: (1) benefícios econômicos; (2) orgulho da comunidade; (3) desenvolvimento comunitário; (4) custos econômicos; (5) problemas de tráfego; e (6) riscos de segurança.

O esporte universitário tem nas Associações Atléticas Acadêmicas (AAAs) ou Atléticas, os seus principais gestores. São formadas por estudantes que assumem em grande parte a responsabilidade de organização das competições. Além disso, são responsáveis pela realização de festas e outros encontros sociais, dividindo também seu tempo entre as obrigações acadêmicas e

atividades profissionais (MALAGUTTI, 2012). Tubino (1992) acredita no sentido educativo desse esporte, e que é uma importante ferramenta para o desenvolvimento pessoal dos seus praticantes.

O entendimento dos autores acerca do esporte universitário vai ao encontro à afirmação da *National Collegiate Athletic Association* (NCAA), considerada a principal liga universitária dos Estados Unidos, de que dois terços dos atletas-estudantes que se formam, concordam que jogar na NCAA os ajudou a se preparar para a vida depois da graduação (NCAA, 2018).

Os americanos conseguem se beneficiar dos Jogos Universitários movimentando a economia do país e, além disso, Malagutti (2012) afirma que outro ponto a ser observado é a quantidade de talentos revelados para representarem o país durante competições internacionais.

Ao se comparar o esporte universitário brasileiro com o dos EUA, nota-se que o Brasil está atrasado em relação aos Jogos Universitários Americanos que possuem um enorme poder de geração de lucro, através de cotas televisivas, patrocínios e até doações de antigos alunos (MALAGUTTI, 2012).

Eventos esportivos podem assumir o papel de destaque na gestão da marca de uma localidade, fazendo com que essa localidade seja cada vez mais competitiva em relação aos concorrentes. Por isso o interesse em receber eventos esportivos, sobretudo pela oportunidade de promoção das localidades receptoras (HORNE; MANZENREITER, 2006). Os eventos são aqueles que agregam benefícios para o turismo e a comunidade local, como a atração de fluxos turísticos, criação ou reforço de uma imagem positiva para o destino (GETZ *et al*, 2012).

2.3 Os Jogos Universitários na Cidade de Vassouras (RJ)

O município de Vassouras teve seu início como vila em 1833, tornando-se destaque devido ao desenvolvimento econômico da região do Vale do Paraíba do Sul, com o crescimento o ciclo do café. Isto fez com que a vila, fosse elevada a categoria de cidade em 1857, sendo proclamada a maior produtora de café do mundo. O fato fez com que a cidade fosse reconhecida como a “Princesinha do Café” e posteriormente como a “Cidade dos Barões”, por conta dos nobres fazendeiros que ali residiram (GUIMARÃES, 2015).

Localizada no Vale no Café, região Centro Sul Fluminense, Vassouras está a pouco mais de 100 km do Rio de Janeiro e tem uma população de 35mil habitantes. Parte do legado histórico-cultural da cidade está relacionado ao conjunto paisagístico e urbanístico que a cidade possui, herança dos tempos dos Barões do Café. Os casarões e palacetes da época remetem ao período em que a cidade foi coração do Brasil Império, cuja economia era movida pelo cultivo de café pelas mãos dos escravos (VASSOURAS, 2016).

Segundo o site do Portal Vale do Café a cidade possui atrativos como: Praça Barão de Campo Belo; Igreja Matriz Nossa Senhora da Conceição; Museu Casa da Hera; Antiga Estação Ferroviária; Memorial do Trem; Casa de Cultura Tancredo Neves; Palacete Barão de Ribeirão;

Mirante do Imperador; Memorial Manuel Congo; e Alambique Fazenda União Carvalheira (PORTAL VALE DO CAFÉ, 2016).

Outro patrimônio é a Universidade Severino Sombra (USS), conhecida por atrair grande número de estudantes para a cidade, fazendo com que seja conhecida como “cidade universitária” (GUIMARÃES, 2015). Além disso, a estrutura esportiva disponível pela USS, aliada a demais estruturas que a cidade dispõe, possibilitam a realização de eventos esportivos, fazendo com que Vassouras seja uma das principais sedes de competições universitárias.

Uma das empresas responsáveis pelas competições é a JC2 Esportes, que atua na criação, organização e auxílio nas competições universitárias, estudantis e amadoras. A empresa é responsável pela criação e organização de aproximadamente 30 eventos, entre eles a Liga Universitária Carioca (LUCA), os Jogos Integrados de Engenharia (INTERENG) e Jogos Universitários de Comunicação Social (JUICS). Além disso, forneceu auxílio em eventos como as Olimpíadas Regionais de Medicina (OREM) e Jogos Jurídicos Estaduais (JC2 ESPORTES, 2016).

De acordo com dados encontrados no site da empresa, o movimento esportivo universitário segue em constante crescimento, a participação dos universitários no INTERENG passou de 700 em 2011 para 4500 participantes em 2016. Ainda segundo os dados encontrados no site da empresa, houve crescimento também no JUICS, que passou de 400 para 1800 participantes de 2012 para 2016, respectivamente (JC2 ESPORTES, 2016).

Deste modo, eventos bem produzidos garantem a chegada de turistas de várias regiões do país e até do mundo, que na sua maioria irá consumir todos os tipos de serviços oferecidos. Fica clara, com isso, a importância socioeconômica de um evento para um determinado destino (COUTINHO; COUTINHO, 2007; GETZ, 2007).

O esporte universitário, assim como o profissional, envolve emoção e isso faz com que os eventos ligados a ele sejam uma importante ferramenta de marketing para os setores envolvidos. Para a cidade é uma forma de incentivo para o turismo local, gera empregos e aquece a economia. Para o *trade* é uma oportunidade de ampliar as vendas e seu faturamento em períodos de baixa temporada. Para as universidades é uma forma de elevar seu nome e fortalecer sua marca, atraindo novos alunos e até mesmo patrocinadores. Para esses alunos, é uma forma de se mobilizar para atingir seus objetivos, de integração e de superar seus limites, fazendo com que os participantes desenvolvam espírito de equipe, responsabilidade e paixão pelas cores que representam.

3. METODOLOGIA

Para a elaboração do presente trabalho, foi utilizado o levantamento bibliográfico para o desenvolvimento da pesquisa, a partir de material disponível em livros, artigos científicos, dissertações e outros, a fim de realizar um levantamento e uma revisão da literatura existente, como dados históricos, úteis para a definição e conceito de temas centrais para o trabalho (DENCKER, 1998).

Em seguida, foi realizada pesquisa descritiva, com caráter qualitativo. Como técnica para a pesquisa foram realizadas entrevistas semiestruturadas com alguns dos diferentes *stakeholders* do setor público e privado, envolvidos de modo geral com os eventos esportivos universitários em Vassouras. Os entrevistados escolhidos foram: Coordenadora de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo de Vassouras; um dos representantes da empresa JC2 Esportes; o Presidente da Associação Atlética de Turismo da Universidade Federal Fluminense; e o gerente de um hotel localizado em Vassouras. Foi elaborado um quadro, que encontra-se na página seguinte, para apresentar os entrevistados, o motivo pelo qual foram escolhidos e os assuntos abordados na entrevista:

Entrevistados	Papel desses atores	Assuntos abordados na entrevista
Coordenadora de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo de Vassouras	Atua na gestão turística de Vassouras	<ul style="list-style-type: none"> • Períodos de alta e baixa temporada • Eventos que ocorrem na cidade
Representante de uma empresa de eventos esportivos	Negocia a realização do evento no local e é responsável por sua organização	<ul style="list-style-type: none"> • Razões para o aumento dos eventos • Razão para a alta procura por Vassouras • Existência de Políticas Públicas que atraíam eventos
Presidente da Associação Atlética de Turismo	Estudante que participa do evento e instiga a participação de outros estudantes	<ul style="list-style-type: none"> • Relação da comunidade com o evento • Incentivo à atividade turística
Gerente de um hotel local	Têm seu local de trabalho impactado durante evento	<ul style="list-style-type: none"> • Pontos positivos e negativos dos Jogos • Maneiras de trazer mais benefícios à cidade • Cuidados ao realizar o evento

Quadro 1: Características da entrevista
Fonte: Elaborado pelos autores, 2018

O roteiro de entrevista era composto por questões relacionadas: à sazonalidade, tipos de eventos que ocorrem no local, possíveis razões para o crescimento dos eventos universitários, razões para a escolha da cidade de Vassouras sediar esse tipo de evento, existência de políticas públicas para atração de eventos, relação da comunidade com o evento, existência de um incentivo a atividades turísticas durante o evento, pontos positivos e negativos, formas de trazer mais benefícios à cidade e quais os cuidados necessários para realizar um evento dessa categoria.

O objetivo da realização de entrevistas foi identificar junto a esses atores o papel dos eventos esportivos universitários nas estratégias de marketing de destinos, neste caso, na Cidade de Vassouras. Buscou-se compreender as percepções desses respondentes a respeito desse segmento de mercado, descobrir os aspectos positivos e negativos, além de identificar sobre os principais

desafios para destino sediar esses eventos. A partir dessas entrevistas, foi possível reunir diferentes opiniões acerca do tema e confrontá-las, a fim de se obter uma visão abrangente no que tange aos eventos esportivos universitários.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

De acordo com a análise e interpretação das quatro entrevistas, foi possível identificar os resultados.

4.1 Impacto dos Jogos em Vassouras

Sabe-se que eventos são responsáveis por movimentar os destinos, o que causa consequências positivas ou negativas ao local. Para identificar quando ocorrem essas movimentações de visitantes, os atores foram questionados a respeito da sazonalidade de Vassouras. Eles afirmaram que os períodos do outono e inverno correspondem à alta temporada. O gerente de hotel acredita que os meses de outubro e dezembro também fazem parte da alta temporada. Já a baixa temporada, compreende os meses de janeiro, fevereiro e março, pois apresentam menor fluxo turístico.

Para combater a baixa temporada, a realização de eventos costuma ser uma boa estratégia. De acordo com os respondentes, alguns dos eventos que ocorrem na cidade e trazem mais visitantes ao local são: (1) Café, Cachaça e Chorinho, (2) Festival Vale do Café, (3) Flor Atlântica, (4) Vestibular USS e, comum a todos os respondentes, (5) Jogos Universitários.

Vassouras recebe eventos de Jogos Universitários anualmente, como: OREM, INTERENG e JUCS. Outros eventos desse tipo já aconteceram no município, como: Desafio Universitário e Super 15. Esses eventos são realizados em feriados, por isso, a comunidade local (comerciantes, empresários, gestores públicos, moradores, entre outros) já espera por eles.

Os quatro entrevistados consideram os Jogos Universitários geradores de divisas para o município. O aumento de visitantes na cidade gera impactos econômicos diretos e indiretos, afinal, geram empregos, lotam os meios de hospedagem, inclusive, casas particulares que os proprietários colocam à disposição para aluguel no período dos eventos. Os eventos esportivos universitários movimentam consideravelmente todos os segmentos da economia da cidade. Para o gerente do hotel, o lucro proveniente da arrecadação de impostos poderia ser utilizado para a infraestrutura do município, evidenciando os benefícios advindos dos eventos para a população.

Apesar dos entrevistados concordarem que esse tipo de evento traz impactos positivos, o presidente da Associação Atlética afirmou que alguns moradores de Vassouras realizam um movimento contrário à realização dos eventos universitários no local. A razão para esse movimento deve-se a crença de que esses eventos alteram drasticamente a rotina do município, caracterizada por “tranquila”. Segundo o Presidente da Atlética, moradores que não participam dos eventos são os que mais pressionam as autoridades para que não haja esse tipo de atividade no local. Para a Coordenadora de Turismo de Vassouras, a comunidade local não valoriza o esporte universitário, por

crer que somente os comerciantes se beneficiam dos eventos esportivos. Por isso não os interessa que os eventos aconteçam, pelo contrário, são contra a realização dos eventos pelos transtornos causados pelo grande fluxo que gerado na cidade.

Foi apontado que já houveram problemas relacionados a esse tipo de evento no município de Vassouras, como: vandalismo causado por estudantes, incômodo devido ao som alta nas festas e até mesmo um caso de assassinato ocorrido em 2015. Os Jogos Universitários envolvem festas além das práticas esportivas, o que preocupa alguns cidadãos devido ao consumo de álcool dos visitantes. Porém, esses problemas aconteceram poucas vezes e segundo os respondentes, não foram capazes de interferir negativamente na imagem de Vassouras como destino turístico.

4.2 Potencial para o destino

Além de Vassouras, os eventos esportivos universitários já aconteceram em outras cidades, como: Nova Friburgo (RJ), Juíz de Fora (MG), Teresópolis (RJ) e Cachoeiras de Macacu (RJ). No processo de escolha da cidade sede, levam-se em consideração as estruturas disponíveis para atender a logística de deslocamento dos participantes. As estruturas disponíveis são selecionadas a partir de visitas técnicas que são realizadas na cidade para facilitar a negociação. De acordo com o representante da empresa de eventos, apesar de ser um processo complexo, existem 3 pilares que são primordiais para a escolha da cidade: 1º Estrutura Esportiva, 2º Hospedagem e 3º Local de festa. Os eventos costumam acontecer em cidade pequenas para facilitar o deslocamento entre os espaços utilizados, que englobam: alojamento, praças esportivas, comércio e local de festa. Como o público-alvo é representado por universitários, entende-se que os mesmos possuem baixo poder aquisitivo

Para os entrevistados, Vassouras é um local adequado para receber esse tipo de evento. O representante da empresa de eventos disse que a razão pela alta procura de Vassouras para sediar os eventos está na concentração de praças esportivas em locais próximos. Por isso, o município tem recebido uma quantidade considerável de Jogos Universitários. Apesar do local ter sido palco de impactos negativos, grandes problemas não ocorrem com frequência. O gerente de hotel informou que após o incidente de um jovem que foi assassinado em 2015, a segurança foi aumentada, pois Vassouras continua sendo uma cidade requisitada para a realização dos Jogos.

Nota-se que a cidade possui potencial para realizar eventos esportivos universitários. Mas apesar do potencial, quando os respondentes foram questionados sobre a existência de alguma política pública para atrair esses eventos, revelou-se a inexistência de qualquer política pública com esse objetivo. Na opinião dos entrevistados, não há a percepção por parte dos gestores de turismo no sentido de aproveitar esse potencial. O que a Prefeitura faz é disponibilizar em seu site um calendário de eventos, o que possibilita que cidadãos saibam e se preparem para a realização dos eventos.

Os respondentes acreditam que há a possibilidade de esportes universitários serem vistos como uma ferramenta de marketing para o destino. O Presidente da Associação Atlética, acredita que as estruturas da cidade precisam acompanhar o crescimento dos eventos universitários, em tamanho e qualidade. Portanto, o esporte deve ser fomentado internamente, nas universidades e colégios da

cidade, atendendo a sua população, para depois oferecer estruturas de alto nível para os participantes dos eventos.

O Presidente propõe que o envolvimento com as escolas seja um ponto a ser pensado, com o intuito de que as crianças e jovens locais se sintam parte do evento. Sendo assim, entende-se que no momento em que se sentirem pertencidos, a tendência é que se diminua a pressão para o fim dos jogos e que haja mais diálogo para que se chegue ao modelo de evento ideal para todos os atores envolvidos no processo, e não somente para os envolvidos financeiramente.

4.3 Desafios

Por mais que existam impactos positivos, e Vassouras seja uma cidade com potencial para ser conhecida e promovida como um destino turístico de eventos esportivos, existem desafios. Um dos principais está no fato dos eventos esportivos universitários não serem vistos de maneira positiva por todos os atores do destino. Esse foi um dos motivos pelo qual o gerente de hotel informou que a ideia de utilizar os eventos universitários como estratégia de marketing para a cidade deve ser analisada com cautela, demonstrando apreensão quanto aos eventos e seus impactos.

A necessidade dessa cautela, deve-se em parte pelo perfil dos visitantes. A falta de profissionalismo por grande parte dos participantes é apontada, pela Coordenadora de Turismo, como um fator que pesa para a não valorização do esporte universitário. O gerente de hotel acredita que o objetivo principal dos turistas são as festas. Sendo assim, há grande quantidade de pessoas alcoolizadas transitando pelas ruas da cidade, favorecendo a ocorrência de transtornos. Por isso o destino e os organizadores precisam ter alguns cuidados ao realizar eventos desse tipo.

Vassouras precisa estar preparada para acontecimentos negativos e para isso, a Coordenadora de Turismo afirma que o conselho de segurança da cidade se envolve e participa das reuniões com os organizadores. Existe reforço no policiamento e o evento conta com seguranças particulares, contratados pela empresa que organiza o evento. Outros cuidados que devem ser tomados para os eventos envolvem a limpeza e o controle do trânsito na cidade.

Além das festas, os turistas são estimulados especialmente pelos jogos. Para a Coordenadora, apesar da existência de projetos voltados para o turismo em Vassouras, esses turistas não possuem interesse em atividades turísticas do segmento histórico ou cultural. Ela cita o projeto “Minuto de História” que oferece aos turistas um resgate histórico, apresentando alguns dos principais atrativos da cidade e o “Memorial do Trem” construção que já foi uma importante estação ferroviária e atualmente abriga além do Memorial, a Fundação Educacional Severino Sombra (FUSVE) e a sede do Centro de Atendimento e Apoio ao Turista.

Como o interesse dos participantes é voltado para as atividades esportivas e as festas, outras possíveis atividades acabam sendo deixadas de lado. Outra razão apontada para a falta de interesse em atividades desse tipo é que a viagem ocorre em feriados e dura no máximo quatro dias,

segundo o Presidente da Associação Atlética de Turismo. Além disso, o Presidente não identifica que haja estímulo para visitar os atrativos, pois não há divulgação das programações dos museus, propagandas das fazendas de café ou qualquer incentivo para a visita dos atrativos da cidade aos que estão na localidade no período dos eventos. Tampouco há incentivo para que os turistas voltem a visitar a cidade após o evento.

Outros desafios envolvem a dificuldade para o fomento do esporte universitário e a falta de interação dos turistas com a comunidade local. A Coordenadora de Turismo da cidade acredita que problemas sempre irão acontecer em qualquer evento com grande circulação de pessoas, entretanto alguns problemas podem ser minimizados.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aponta que em decorrência do crescimento do segmento de Turismo Esportivo no Brasil, motivado principalmente pelos eventos esportivos, fez surgir uma oportunidade para que os eventos esportivos universitários sejam utilizados como ferramenta de marketing para os destinos, em especial para cidades pequenas. Os Jogos Universitários na cidade de Vassouras representam os eventos que mais geram fluxo turístico para a cidade, minimizando a sazonalidade no destino.

A análise das entrevistas demonstrou que a cidade de Vassouras se destaca como um dos principais destinos receptores dos Jogos Universitários no Estado do Rio de Janeiro, por conta da facilidade de logística apresentada pela cidade. A necessidade de constantes deslocamentos entre as praças esportivas e alojamentos, fazem com que as cidades menores sejam as mais requisitadas para este tipo de evento. Entretanto, a divisão de opiniões quanto à realização dos eventos, faz com que isso seja tratado com cautela, dificultando o investimento em políticas públicas que se apropriem deste potencial.

Os diferentes atores entrevistados ressaltam a importância dos eventos universitários para a economia local, os lucros dos comerciantes e a geração de empregos diretos e indiretos. Em contrapartida aos impactos positivos na economia local, foram identificados impactos negativos que fazem emergir um movimento de residentes contrários à realização dos eventos. Os problemas relacionados principalmente ao tumulto, desordem, trânsito e consumo excessivo de álcool são recorrentes nessas ocasiões. Portanto, devem existir estratégias de comunicação, de mobilidade no destino e de segurança que minimizem os riscos gerados por eventos como esses.

Com base no aprofundamento teórico para a pesquisa, constatou-se que o desinteresse da população em relação ao esporte universitário também é reflexo do pouco investimento nesse esporte por parte do setor público. Neste sentido, o investimento em melhorias das estruturas disponíveis, aliado a estratégias e políticas públicas para a captação e divulgação dos eventos esportivos universitários, possibilitaria a consolidação de uma nova imagem para a cidade de Vassouras, aumentando a competitividade do destino.

Atualmente a cidade de Vassouras é conhecida como a “Princesinha do Café”, com um turismo voltado para a cultura e história, heranças no período Imperial. Com base nas informações dos entrevistados, esse turismo que já é consolidado na cidade não sofre influência dos fluxos gerados pelos eventos esportivos universitários.

Não se tem dados que apontem esses eventos como responsáveis por qualquer crescimento nas visitas dos atrativos, tampouco para a diminuição das visitas por conta de problemas nos jogos. Pode-se concluir que apesar dos eventos esportivos universitários serem responsáveis por alguns dos maiores fluxos turísticos da cidade de Vassouras, não foi possível identificar um incentivo para que os visitantes conhecessem melhor os atrativos.

A pesquisa apresentou como limitação um baixo número de respondentes para as entrevistas, tendo sido entrevistados somente um representante de cada setor envolvido nos eventos. Porém devido à experiência dos entrevistados com os Jogos Universitários, foi possível a obtenção de informações relevantes para a realização da pesquisa. Sugere-se, para estudos futuros, uma pesquisa com os representantes da comunidade local a fim de buscar compreender os motivos para a rejeição aos Jogos Universitários e levantar sugestões para o melhor aproveitamento dos mesmos. Por fim, sugere-se para pesquisas futuras um estudo quantitativo dos impactos socioeconômicos nas principais localidades onde ocorrem os Jogos Universitários, em especial em Vassouras.

6. REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. G. (2014): Liderança na Gestão do Esporte Universitário: proposta da criação de uma rede de dados. 112 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2014.

BORGES, E. de C & BUONICORE, A. C. (2007): Memória do Esporte Educacional Brasileiro: Breve história dos Jogos Universitário e Escolares. São Paulo: Centro de Estudos e Memória da Juventude, 2007, p. 135.

BOSNJAK, M, BROWN, C. A., LEE, D., YU, G. & SIRGY, M. J. (2016): Self-Expressiveness in Sport Tourism: Determinants and Consequences. *Journal of Travel Research*. V. 55, N.1, 2016, p.125–134.

BRASIL, Ministério do Turismo. (2010): Marcos Conceituais. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018 às 20:14.

CARVALHEDO, A. (2005): Turismo Esportivo. In: DACOSTA, L. P. Atlas do esporte no Brasil. Editora Confef/Crefs, Rio de Janeiro, 2005. p.1-924.

CARVALHO, P. G. de & LOURENÇO, R. (2008): Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado de turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, Covilhã, V. 2, N. 9, 2008, p.1-20. Disponível em: <http://www.cd.ubi.pt/artigos/Guedes,P_apogesd2008.pdf>. Acesso em: 23 set. 2016 às 12:05.

COUTINHO, H. P. M & COUTINHO, H. R. M. (2007): Turismo de Eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. *Revista Eletrônica Aboré*, Manaus, jul. 2007, p. 1-13.

DENCKER, A. de F. M. (1998): Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo. 7ª ed., Editora Futura, São Paulo, 1998, p. 286.

FISU. (2016): Disponível em: <<http://www.fisu.net/en/FISU-today-3417.html>> Acesso em: 13 nov. de 2016 às 12:01.

GETZ, D. (2007) Events Tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*. Calgary, 31 jul. 2007, p.403-428. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001719>>. Acesso em: 03 nov. 2016.

GETZ, D., SVENSSON B., PETTERSSON, R. & GUNNERVALL, A. (2012): Events: Definition, goals and planning process. *International Journal Of Event Management Research*. V.7 N.1/2, fev. 2012 p. 47-67

GUIMARÃES, H. M. (2015): Práticas Extensionistas, Patrimônio e Turismo no Vale do Paraíba: uma análise dos rituais festivos e arquitetura histórica de Vassouras (RJ). *Raízes e Rumos*, Rio de Janeiro, V. 3, N. 1, jul. 2015, p.23-35.

HALL, C. M. (1989): The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events. *Geojournal*. Armidale, p. 263-268, out, Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/41144924?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 20 abr. 2016.

HORNE, J & MANZENREITER, W. (2006): An introduction to the sociology of sports mega-events1. *The Sociological Review*, v. 54, 31 ago. 2006, p.1-24. Wiley-Blackwell. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-954x.2006.00650.x>. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-954X.2006.00650.x/pdf>>. Acesso em: 25 out. 2016 às 11:45.

JC2 ESPORTES. (2016). Disponível em: <<http://jc2esportes.com.br/>>. Acesso em: 13 nov. 2016 às 14:30

ISHIY, M. (1998): Turismo e Megaeventos Esportivos. *Turismo em Análise*, São Paulo, V. 9, N. 2, 1998 p.47-61, nov. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63442>>. Acesso em: 15 set. 2016.

KIM, W., JUN, H., WALKER, M. & DRANE, D. (2015): Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, V. 48, jun. 2015, p.21-32.

KWIATKOWSKI, G & KÖNECKE, T. (2017): Tourism and recurring sport events: Event tourists' and regular tourists' profiles and expenditures at the Windsurf World Cup on Sylt. *Sport, Business and Management: An International Journal*, Volume: 7 Issue: 5.

LOHMANN, P. B. (2010): Megaeventos Esportivos: Impactos no turismo das cidades sedes. 133 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão Empresarial, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/11005>>. Acesso em: 28 out. 2016.

MALAGUTTI, J. P. M. (2012): Esporte Universitário na Universidade Estadual de Maringá: Uma retrospectiva histórica e de sua relação com o Estado. In: CONGRESSO SULBRASILEIRO DE CIÊNCIAS DO ESPORTE, Maringá. *Anais do VI Congresso Sul Brasileiro de Ciências do Esporte*. Maringá: Cbce, 2012. p.1-13.

MATIAS, M. (2002): Organização de eventos: procedimentos e técnicas. 4ª ed, Editora Manole, Barueri, p.192.

_____.(2013): Organização de Eventos: procedimentos e técnicas. 6ªed, Editora Manole, Barueri, 2013, p.220.

MARAVIĆ, M. U., BEDNARIK, J. & LESJAK, M. (2015): Slovenian Sport Tourism Destinations and their Competitiveness. *Annales Kinesiologiae*, V. 6, N.1, p.59-67.

MAZZEI, L. C. & BASTOS, F. da C. (2012): Gestão do Esporte no Brasil: Desafios e Perspectivas. Ed. Ícone, São Paulo, 2012. p.196

MILHEIRO, E & MELO, C. O. (2005): Grand Tour e o advento do turismo moderno. *Revista Aprender*, Porto Alegre, dez. 2005, p.114-118.

NCAA. National Collegiate Athletic Association. 2018. Disponível em: <<http://www.ncaa.org/student-athletes/current>> Acesso em: abr. de 2018 às 15:41.

OLIVEIRA, G. C. de. (2016): Gestão Organizacional nas Atléticas: um estudo sobre gerenciamento das Associações Atléticas Acadêmicas do DF. 69 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Administração, Universidade de Brasília, Brasília.

PORTAL VALE DO CAFÉ. (2016). Disponível em: <http://www.portalvaledocafe.com.br/sobre_o_vale_do_cafe.asp> Acesso em: 10 de abril de 2018 às 19:12.

RIBEIRO, N. A. (2014): O Turismo Desportivo como estratégia de competitividade para destinos turísticos: o caso da região de Lisboa. 2014. 105 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão, Escola de Gestão, Instituto Superior de Gestão, Lisboa.

RIOS, S. M. G. D. (2015): Gestão do Desporto Universitário. Porto: Universidade do Porto, 2005, p.176.

ROSS, S. D. (2001): Developing Sports Tourism. An eGuide for Destinations MArketers and Sports Events Planners. University of Illinois: National Laboratory for Tourism and eCommerce.

SIGOLI, M. A. & ROSE JUNIOR, D. de. (2004): A história do uso político do esporte. *Revista Brasileira de Ciência e Movimento*, Brasília, V. 12, N. 2, jun. 2004, p.111- 119.

TUBINO, M. J. G. (1992): Dimensões Sociais do Esporte. Ed. Cortez, São Paulo, 1992, p.78.

TUBINO, M. J. G. (2010): Estudos brasileiros sobre o esporte: ênfase no esporte-educação. Ed. Eduem, Maringá, p.163.