

# III Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

10 a 13 de setembro de 2019 | Naviraí - MS



## ASSOCIAÇÕES ATLÉTICAS ACADÊMICAS E A CULTURA DO LAZER UNIVERSITÁRIO

**Matheus Guimarães Lima,**  
Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD,  
[mgl.geopp@gmail.com](mailto:mgl.geopp@gmail.com)

**Helena Cardoso Dalperio,**  
Universidade Estadual Paulista – UNESP,  
[cardosodalperiohelena@gmail.com](mailto:cardosodalperiohelena@gmail.com)

### RESUMO

O presente texto é resultado de uma pesquisa que objetivou compreender a relação entre Associações Atléticas Acadêmicas (A. A. A.s) e a cultura do lazer universitário no Brasil atualmente. Desde o início do século, o número de estudantes universitários cresceu bastante no país. Paralelamente, cresceu, também, o número de A. A. A.s e ligas universitárias de esportes que realizam competições esportivas e festas *open bar*, que se tornaram opção de lazer de predileção entre os estudantes universitários. Metodologicamente, apoiamos-nos, sobretudo, na metodologia da observação participante, utilizada durante pesquisas de campo. À parte, foram realizadas entrevistas e foi aplicado questionário a estudantes universitários. Observamos, que além das A. A. A., há outras organizações correlatas, igualmente importantes: as baterias universitárias e as equipes de *cheerleading*, que conjuntamente contribuem para manutenção e expansão da cultura do lazer universitário no Brasil.

**Palavras-chave:** Associações Atléticas Acadêmicas; Lazer; Sociabilidade; Universitários.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX surgiram muitas universidades públicas e privadas no Brasil, porém o número de estudantes universitários manteve-se limitado, dada a histórica desigualdade social brasileira e as políticas públicas excludentes. Após a Constituição Federal de 1988, mormente partir do início do século XXI, entretanto, houve avanços no que se refere a abrangência do ensino superior, que, até então, era quase totalmente restrito às classes altas da sociedade (SAVIANI, 2010; LIMA; RIBEIRO, 2013; SAMPAIO, 2015; LIMA, 2018).

A partir de 2003, foram implementadas políticas amplas de acesso ao ensino superior público gratuito, por meio da ampliação de vagas em instituições públicas, da instituição de sistema de cotas raciais e reserva de vagas para estudantes oriundos de escolas públicas, bem como por meio de programas de financiamento estudantil em instituições privadas (SAMPAIO, 2015).

Essas políticas contribuíram para que sujeitos de baixo nível socioeconômico tivessem acesso ao ensino superior de maneira sem precedentes na história do país. Mais notavelmente, foram fundadas 17 universidades federais, entre 2003 e 2014, e muitas outras foram expandidas. Além disso, surgiram muitas instituições privadas de ensino superior. Conforme dados do INEP, há, atualmente no Brasil, 2.364 instituições de ensino superior, nas quais estão matriculados 8.033.574 estudantes (INEP, 2018; LIMA, 2018).

Juntamente ao aumento no número de estudantes universitários no país, testemunhamos, também, o avanço da cultura do lazer universitário, que tem como agentes de primeira importância as Associações Atléticas Acadêmicas (A. A. A.s), organizações surgidas na década de 1930, mas que, apenas recentemente, se disseminaram.

Atualmente, praticamente todas as instituições de ensino superior públicas e privadas brasileiras possuem uma A. A. A. que representa a instituição ou câmpus como um todo, ou A. A. A.s, que representam cada qual um curso em específico.

As A. A. A.s são parte de ligas universitárias de esportes que realizam competições esportivas e eventos que promovem sociabilidade e lazer entre estudantes universitários, chamados de jogos. Os jogos realizados pelas A. A. A.s ocorrem, em geral, da seguinte forma: são realizados ao longo de um fim de semana ou feriado prolongado em uma cidade previamente escolhida; durante o período diurno, ocorrem competições esportivas (Figura 1),

ao passo que, no período noturno, ocorrem grandes festas *open bar* (LIMA, 2018).

**Figura 1: Ginásio lotado durante jogos universitários**



Fonte: elaborado pelo autor

As festas *open bar* têm esse nome pois o sujeito participante, mediante pagamento de valor único, tem o direito de beber o quanto quiser das bebidas alcoólicas disponíveis, ou seja, o bar está, literalmente, aberto (ROMERA, 2014; LIMA, 2018).

Fora dos jogos, ao longo do ano, com objetivo de angariar fundos que custeiem suas atividades, as A. A. A.s realizam festas *open bar* e outros eventos em suas cidades de origem. Além disso, comercializam objetos com seus nomes e logotipos, principalmente itens de vestuário, que são adquiridos e utilizados pelos estudantes das instituições de ensino superior e de seus respectivos cursos, tornando-se intrínsecos às suas identidades (LIMA, 2018).

Não há dados oficiais quanto ao total de A. A. A.s no país. Observa-se, no entanto, que elas estão estabelecidas nacionalmente, e são responsáveis diretas pela cultura do lazer universitário, que movimenta milhões de reais e gera milhares de empregos nos mais diversos setores, com destaque para: hotelaria, transporte e alimentação.

As cidades sede de jogos, muitas vezes, são localizadas no interior dos estados. Nesses casos, é comum que os jogos recebam apoio dos poderes públicos municipais, que enxergam

nos jogos oportunidade de fomentar a economia local. Assim, oferecem instalações esportivas e outros espaços públicos, para que sejam usados nas competições esportivas, festas *open bar* e, ainda, alojamentos para as delegações.

Diante do exposto, buscamos neste texto, discutir o papel das A. A. A.s e dos jogos na manutenção da cultura do lazer universitário, que, nos últimos anos, se disseminou pelo país e, como veremos adiante, tem causado controvérsia, por conta de casos fatais de abuso de álcool e drogas ocorridos durante festas *open bar*. Além disso, procuramos trazer contribuições sobre organizações correlatas, como baterias universitárias e grupos de *cheerleading*, e de que maneira objetos produzidos pelas A. A. A.s e providos de valor simbólico tornam-se intrínsecos à identidade dos estudantes universitários.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

O grande crescimento no número de estudantes universitários no Brasil, ocorrido desde o início do presente século, tem sido tema estudado por diferentes áreas das ciências humanas, sobretudo, no que tange à implementação de políticas de amplo acesso ao ensino superior que favoreceram as classes de baixo nível socioeconômico. Nesse sentido, destacamos as produções do Grupo Estratégico de Análise da Educação Superior no Brasil – GEA, vinculado à FLACSO (Faculdade Latino-Americana de Ciências Sociais), que, muito competentemente, têm analisado o desenvolvimento do ensino superior no Brasil, sob perspectiva interdisciplinar.

Notamos, entretanto, que há uma lacuna no que se refere a pesquisas sobre as práticas de sociabilidade e lazer de estudantes universitários, e sobre as A. A. A.s, que são as principais organizadoras de tais práticas. Nesse prisma, destacamos, que grande parte dos estudantes universitários brasileiros são jovens, portanto, sob a perspectiva das ciências humanas, interdisciplinarmente, ao tratar das A. A. A.s e da cultura do lazer universitário, tratamos de sujeitos jovens.

Autores de diversos campos disciplinares e vertentes teóricas, igualmente múltiplas, sustentam que, entre os sujeitos jovens, é latente o desejo de se inserir em situações de convívio social com outros sujeitos com os quais têm semelhanças, logo, com os quais se identificam (BELK, 1988; SEEMILLER; GRACE, 2016; HARE, 2017). Quando se tornam estudantes de alguma instituição de ensino superior, especialmente universidades, é comum que os sujeitos passem a frequentar festas *open bar* realizadas pelas A. A. A.s, onde podem interagir com outros



estudantes, em geral da mesma faixa etária, cujo objetivo compartilhado é de se divertir (DAYRELL, 2001; TURRA NETO, 2008; LIMA, 2018).

Essas festas reúnem número variado de pessoas, desde centenas, até dezenas de milhares, de acordo com o número de A. A. A.s participantes e da liga universitária de esportes responsável (sua abrangência, localização, poder econômico, etc.). Tratamos, assim, de diferenças escalares. Algumas ligas universitárias de esportes são compostas por A. A. A.s de cidades e estados diferentes. Outras limitam-se a uma única cidade, como, por exemplo: os JIAD – Jogos Inter Atléticas de Dourados, que, em 2018, reuniram 22 A. A. A.s de instituições de ensino superior públicas e privadas de Dourados/MS.

## 2.1 CULTURA DO LAZER UNIVERSITÁRIO: DISSEMINAÇÃO E CONTROVÉRSIA

As festas *open bar* universitárias têm causado bastante controvérsia nos últimos anos, devido a casos de emergência médica e morte de estudantes, devido ao abuso de bebidas alcoólicas e drogas durante as festas. Observamos, que o acesso irrestrito às bebidas alcoólicas, logo, a possibilidade de consumi-las em grandes quantidades, contribui para que alguns estudantes universitários abusem do álcool em festas *open bar* universitárias, praticando, assim, o que se chama de *binge drinking* e hiperconsumo (ROMERA, 2014; KRIEGER et al, 2018; LIMA, 2018).

Na primeira metade da década passada, algumas ligas universitárias de esportes e A. A. A.s, chegaram a ser, oficialmente, patrocinadas por grandes grupos cervejeiros. Houve, inclusive, uma cervejaria líder de mercado que criou um concurso entre repúblicas de estudantes chamado “República Redonda”. O referido concurso procedia da seguinte maneira: as repúblicas de estudantes deviam realizar desafios, filmá-los e enviar os vídeos ao site da cervejaria. Assim somavam pontos na competição e, ao final do ano, as repúblicas campeãs recebiam prêmios diversos, como geladeira de cerveja, mobiliário e decoração para a casa, videogame de última geração, roupas e acessórios etc., todos com o nome e logotipo da referida cervejaria (LIMA, 2018).

As relações oficiais entre cervejarias e o lazer universitário foram tão estreitas, que, durante um período, no início da presente década, 90% das A. A. A.s da cidade de São Paulo, onde a cultura, e logo, o mercado do lazer universitário é bastante desenvolvido, tinham algum tipo de patrocínio ou parceria com cervejarias (PINSKY, 2014). No período citado, o mercado

do lazer universitário passou a ser arduamente disputado por cervejarias. Assim, as associações entre cervejarias e A. A. A.s e ligas universitárias de esportes, tornaram-se comuns Brasil a fora.

Eventualmente, entretanto, casos de mortes de estudantes durante festas *open bar* universitárias ganham bastante repercussão na mídia, o que reacendeu debates sobre os perigos do abuso de álcool e drogas e da própria legalidade desse tipo de festa. Como exemplo de casos que ganharam grande repercussão nacional, temos o de um jovem de 20 anos de idade, estudante da USP, que morreu afogado sob efeito de drogas, em uma festa realizada dentro da cidade universitária, e de um jovem estudante, de 23 anos, estudante da Unesp – Bauru, que sofreu um infarto após ingerir mais de vinte doses de vodka durante uma festa realizada em uma chácara na referida cidade (Figura 2).

**Figura 2: Notícias de estudantes que morreram em festas *open bar***



Fonte: LIMA, M. G., 2018.

Os constantes casos de fatalidades nas festas *open bar*, fizeram– sob muito escrutínio público – as maiores cervejarias do país, conjuntamente decidirem deixar de patrocinar e apoiar A. A. A.s e ligas universitárias de esportes, a partir de 2016.

Conforme o comunicado divulgado em outubro de 2016, as cervejarias associadas a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), além de não mais patrocinar festas *open bar*, também não permitiriam o uso de material promocional (mesas, cadeiras, coletes,

toldos, decoração etc.), nem exibição dos nomes e marcas das cervejas nos locais das festas e em publicidade impressa ou digital.

Observações realizadas após esse período, em festas *open bar* realizadas por A. A. A.s nos estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul, entretanto, sugerem que as relações entre cervejarias e algumas A. A. A.s não foram, realmente, rompidas, já que observamos material promocional com nomes e marcas de cervejas – e outras bebidas alcoólicas – presentes em locais de realização de festas, bem como nas redes sociais.

### 3 METODOLOGIA

No processo de pesquisa, que deu origem ao presente texto, partimos de pesquisas bibliográficas e pesquisas documentais, que são etapas de suma importância, pois fornecem arcabouço teórico-metodológico, oriundo de contribuições de pesquisadores que, anteriormente, trataram do tema da pesquisa, ou temas correlatos. Foram realizadas, também, pesquisas de campo que tornam mais apurada a capacidade de observação, dando aos conhecimentos solidez que só o contato com a realidade do campo é capaz de dar (SILVEIRA, 1936; ZUSMAN, 2011; HISSA, 2013).

Na pesquisa que originou o presente texto, as pesquisas de campo, consistiram em frequentar festas *open bar* realizadas por A. A. A.s nas seguintes cidades: Dourados e Três Lagoas/MS; e Araraquara, Assis, Bauru, Ilha Solteira e Presidente Prudente/SP. Nessas festas, pudemos entrar em contato com estudantes universitários e integrantes de A. A. A.s. de diferentes instituições de ensino superior, públicas e privadas.

Durante as pesquisas de campo, pautamo-nos em uma metodologia específica, que é bastante adequada nas pesquisas que tenham como foco os sujeitos sociais e suas ações e representações: a observação participante. A observação participante permite que o pesquisador se insira em situações de convívio social dos sujeitos pesquisados, observando-os atentamente e interagindo com eles de maneira próxima (FOOTE-WHYTE, 1980; ELIAS; SCOTSON, 2000; MAY, 2004; TURRA NETO, 2008; LIMA, 2018).

Além disso, partindo das observações realizadas em campo, elaboramos um questionário, aplicado a 50 jovens estudantes, de doze cursos diferentes, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, câmpus Três Lagoas, cujos resultados confirmaram algumas hipóteses aventadas com base nas referidas observações e em entrevistas (que foram realizadas

no contexto da observação participante).

## 4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

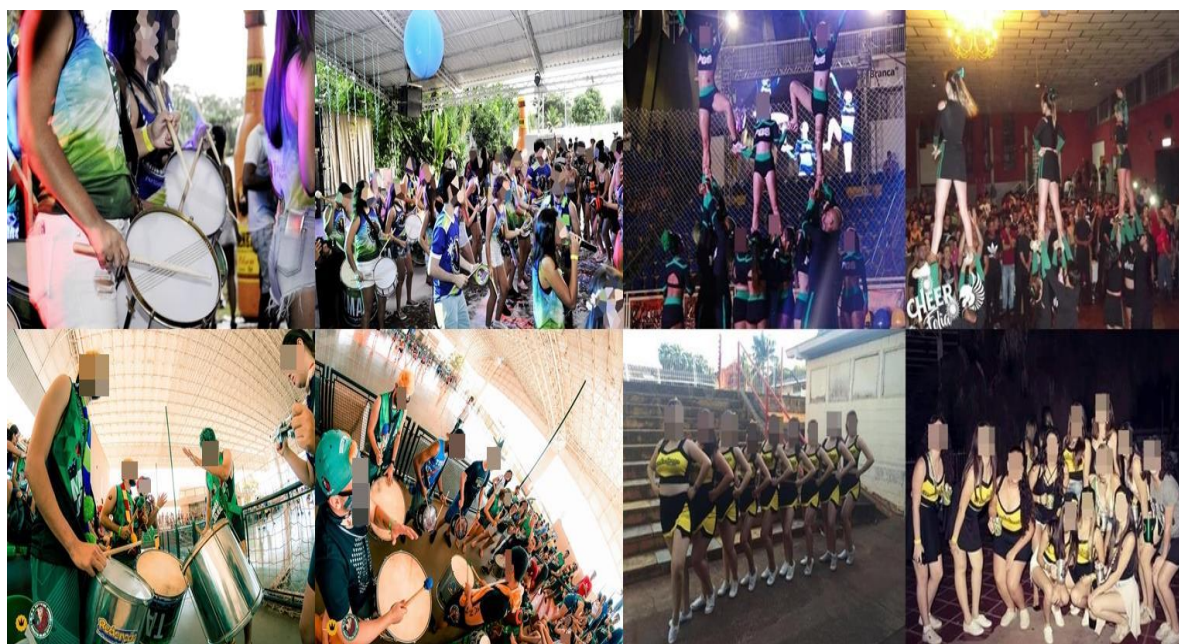
Atualmente, a cultura do lazer universitário se disseminou amplamente pelo Brasil, entando, não se sabe qual é o número de ligas universitárias de esportes, tampouco qual é o número total de A. A. A.s. De alguma forma, o que observamos é que tanto as ligas universitárias de esportes, quanto as A. A. A.s estão estabelecidas nacionalmente, conformando redes de lazer, circuitos (LIMA, 2018).

Observa-se, ainda, que elas se tornaram as principais responsáveis por promover práticas de sociabilidade e lazer entre estudantes universitários, e paralelamente tem sido observada a disseminação de organizações correlatas, como as baterias universitárias e as equipes de *cheerleading*, que realizam suas próprias festas e eventos.

Nesse prisma, discorreremos sobre essas organizações correlatas: a) **baterias universitárias**: têm origem nas baterias de escola de samba e tornaram-se bastante populares nas instituições de ensino superior brasileiras. Existem competições específicas entre baterias, chamadas de “desafios”, e os integrantes das baterias são chamados “ritmistas”. Ao ingressarem nas baterias, os ritmistas são, na maioria das vezes, leigos musicalmente. Dessa forma, outros ritmistas mais antigos são os responsáveis por lhes ensinar a tocar os instrumentos de percussão; b) **equipes de “cheerleading”**: surgidas nos Estados Unidos, em 1877, unem dança, ginástica artística e canto. Chegaram ao Brasil por volta de 2006, e, aos poucos, têm se popularizado. Trata-se, assim, de uma cultura transterritorial, de origem norte-americana, que encontrou no Brasil, condições para se reproduzir (Figura 3).

**Figura 3: Baterias universitárias e equipes de *cheerleading***





Fonte: elaborado pelo autor.

Atentamos, nesse sentido, a posição “*core*” (central) dos Estados Unidos, de onde influências culturais são difundidas para o restante do mundo, em especial países periféricos, em desenvolvimento, como o Brasil (HARVEY, 1992; PILKINGTON, 1997; GRIFFIN, 2001, LIMA, 2018). Atualmente, muitas A. A. A.s mantêm equipes de *cheerleading* que, assim como as baterias universitárias, participam de competições específicas, igualmente chamadas de “desafios”. Nota-se que as praticantes de *cheerleading* são, majoritariamente, mulheres, embora haja homens que pratiquem, porém, em número bastante reduzido.

Ao longo do ano, as A. A. A.s realizam festas *open bar* em suas cidades com o objetivo de angariar fundos que custeiam suas despesas com treinamentos de equipes esportivas, viagens para jogos e manutenção de baterias e equipes de *cheerleading*, quando existentes.

Observa-se, nesse sentido, que as festas realizadas pelas A. A. A.s tornaram-se, na atualidade, uma das principais opções de lazer dos estudantes universitários brasileiros, sendo por meio delas que se estabelecem relações de conhecimento mútuo entre estudantes de cursos diferentes e, no caso dos jogos, de instituições diferentes (LIMA, 2018).

Esse tipo de interação entre estudantes universitários de diferentes cursos, ou instituições, em ambiente festivo, recebe o nome de “*integração*”, termo que observamos ser amplamente utilizado nos estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul (LIMA, 2018).

Quanto ao uso do termo *integração*, Lima (2018, p. 81), elucida que:

A essa forma de sociabilização entre os estudantes universitários, que se baseia no ato de interagir com estudantes universitários de outros cursos, campi ou universidades em um ambiente festivo de lazer, geralmente associado a festas *open bar* e competições esportivas, onde se estabelecem relações de conhecimento mútuo e amizade entre sujeitos que compartilham da condição de estudantes universitários em busca de diversão, dá-se o nome de “integração”

Notamos, também, que, de maneira geral, as festas *open bar* ocorrerem no horário noturno, quase sempre às sextas-feiras e sábados. Destacamos, nesse sentido, que, durante a noite, a iluminação, a música e, não obrigatoriamente, mas muito comumente, o uso de álcool e psicotrópicos, provoca os estímulos sensoriais e agrega à autoapreciação e satisfação pessoal experimentada pelos sujeitos durante seu momento de lazer (MARGULIS, 1997; RECKZIEGEL, 2009; LIMA, 2018).

Conforme uma estudante de 18 anos do curso de Enfermagem da UFMS, campus Três Lagoas, que entrevistamos:

Eu sou de São Paulo, eu sou meio tímida, não conhecia ninguém na cidade. Aqui, eu comecei a ir nas festas pra conhecer gente nova, fazer amizades. A pessoa bebe já fica mais solta, conversa mais, aí eu já fiz vários amigos e estou gostando muito. Agora já tenho uma turma com quem saio sempre (ESTUDANTE DE ENFERMAGEM, 2017).

Em relação à periodicidade das festas *open bar* universitárias, observamos que elas são mais comuns em inícios e finais de semestres letivos. Nas universidades brasileiras, em geral, o primeiro semestre letivo inicia-se em março e termina em julho, e o segundo inicia-se em agosto e termina em dezembro. Dessa maneira, esses meses são os que apresentam maior concentração de festas *open bar*.

Segundo Lima (2018, p. 109):

Uma hipótese que pode justificar tal situação é que, em razão de o período de provas não ter se iniciado e as disciplinas estarem no início, os estudantes têm mais tempo livre nesses períodos, deixando-os mais distantes das obrigações da vida acadêmica e mais propensos a frequentar festas.

No mesmo prisma, um estudante do curso de Direito da UFMS, campus Três Lagoas, que é membro da A. A. A. de seu curso, nos disse o seguinte em entrevista:

No começo do semestre, está todo mundo “de boa” ainda, porque não começaram as provas, aí dá pra sair de boa, não tem que estudar ainda. Por isso que tem mais festas nas duas primeiras semanas de volta às aulas. Tem vezes que chega a ter duas no mesmo dia, tá (sic) todo mundo suave ainda. Só



alegria. No fim do semestre, é aquela alegria por ter passado em tudo, mano. Menos pra quem tem que fazer prova substitutiva porque não tirou nota. E no fim do semestre, é outro período que rola bastantes festas. A gente não tem certeza absoluta, mas acha que, mano, fim de semestre é bem melhor pra sair pra festa do que no meio, né? Tem que saber estudar e festar [risos] (ESTUDANTE DE DIREITO, 2017).

Embora a principal fonte de receitas sejam as festas *open bar*, as A. A. A.s, também arrecadam dinheiro por meio do comércio de objetos diversos com seus nomes e logotipos, principalmente de vestuário, que são incorporados à identidade dos estudantes, como já afirmado anteriormente (Figura 4).

Figura 4: Itens comercializados por A. A. A.s



Fonte: elaborado pelo autor.

Assim, esclarecemos que a identidade dos sujeitos se estende para além de seus corpos (feições, fisionomias). A posse de determinados objetos providos de simbolismo integra o “eu” ao “meu”, influenciando a caracterização identitária dos sujeitos. No caso de estudantes universitários, a posse, principalmente, de itens de vestuário com nome e logotipo das A. A. A.s, reforça/reafirma sua identidade diante se seus pares – outros estudantes universitários – e, mais que isso, transmite mensagem para si próprios sobre quem são, isso é, molda seus autoconceitos, que são exteriorizados por meio de seus trajes (BELK, 1988; PILKINGTON, 1997; BOURDIEU, 1999; HAESBAERT, 1999; HALL, 2001; GIDDENS, 2002; LIMA, 2018)

Compreendemos, assim, que os estudantes universitários desenvolvem relação de forte conteúdo identitário, com elementos que compõe o panorama mais amplo da cultura do lazer universitário. Nessa perspectiva, diante do que foi exposto, e com intuito de levantar dados quantitativos sobre a frequência com que estudantes de uma instituição de ensino superior, em específico, vão a festas *open bar* realizadas por A. A. A.s, aplicamos um questionário a estudantes do câmpus de uma universidade federal de Mato Grosso do Sul.

Como observaremos, a seguir, as respostas dadas pelos estudantes confirmam que as festas *open bar* universitárias são uma de suas principais opções de lazer, e a grande maioria dos questionados foi a pelo menos uma festa desse tipo no período compreendido pelos doze meses anteriores.

## 4.1 QUESTIONÁRIOS

O questionário foi respondido por 50 estudantes da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, campus Três Lagoas. Os estudantes que responderam ao questionário, estão matriculados nos seguintes cursos (Tabela 1):

**Tabela 1: Cursos dos estudantes que responderam ao questionário**

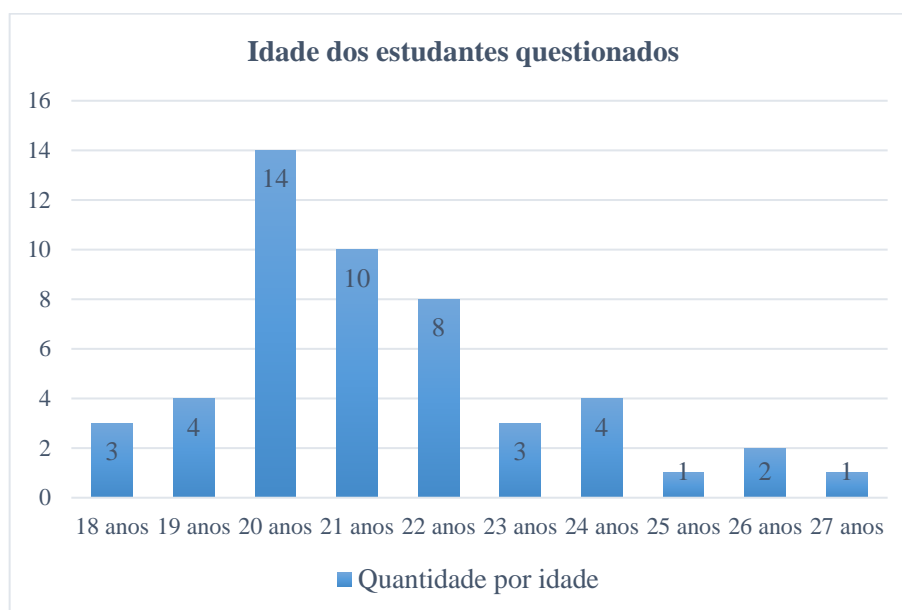
Curso
Engenharia de Produção
Sistemas de Informação
Matemática
Medicina
Enfermagem
Biologia
Geografia
História
Letras
Direito
Pedagogia
Ciências Contábeis

Fonte: LIMA, M. G., 2018.

Quanto a suas idades, os estudantes tinham, na época da aplicação do questionário, idades entre 18 e 27 anos; a maioria com idade entre 20 e 22 anos (representam 64% dos questionados) (Figura 5).



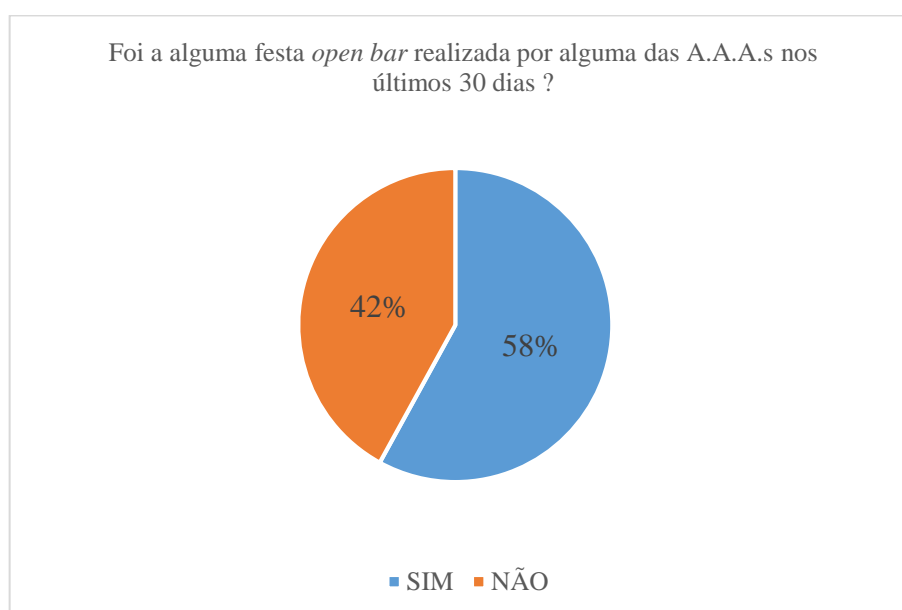
Figura 5: Quantidade de estudantes questionados por idade



Fonte: LIMA, M. G., 2018.

Ao serem questionados se estiveram em alguma festa realizada por alguma das A. A. A.s da UFMS/CPTL nos últimos 30 dias anteriores à pesquisa, um pouco mais da metade dos estudantes questionados respondeu positivamente. Os que responderam “SIM” foram 29 (58%) e 21 (42%) responderam “NÃO”, conforme podemos observar na Figura 6.

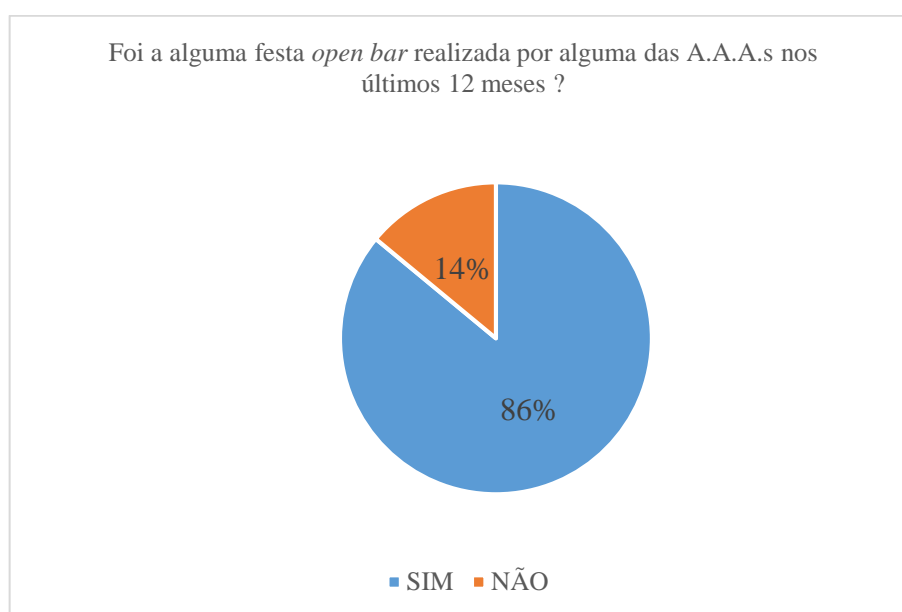
Figura 6: Proporção de questionados que foi à alguma festa *open bar* nos últimos trinta dias



Fonte: LIMA, M. G., 2018.

Foi constatado, também, que a porcentagem de estudantes que foi a alguma festa *open bar* aumenta ao ser considerado o período de 12 meses anteriores à pesquisa. Dentre os 50 estudantes que responderam o questionário, 43 (86%) afirmaram ter ido a pelo menos uma festa *open bar* realizada por alguma das A. A. A.s no último ano, ao passo que somente 7 (14%) não o fizeram, conforme pode ser observado na figura a seguir (Figura 7).

**Figura 7: Proporção de questionados que foi a alguma festa *open bar* nos últimos doze meses**

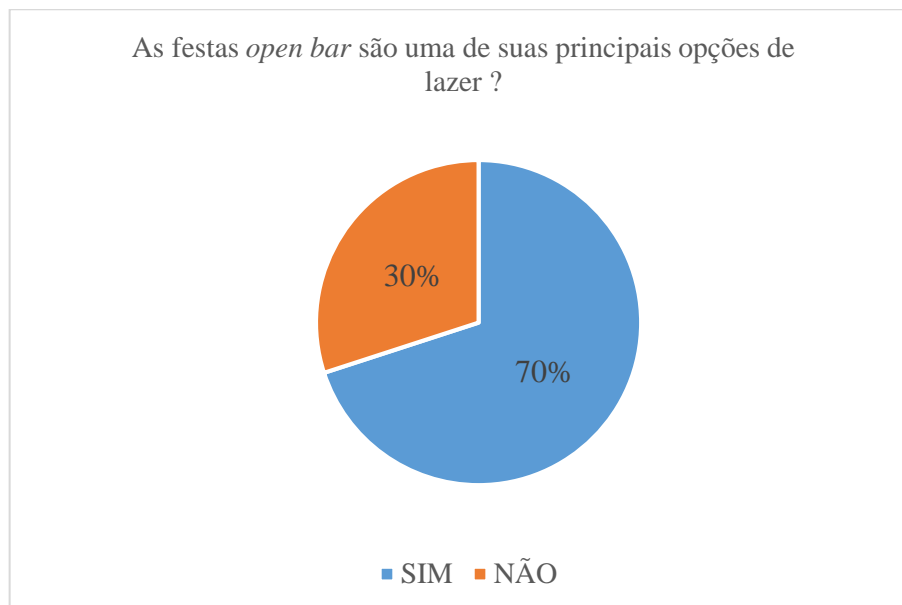


Fonte: LIMA, M. G., 2018.

Conforme o questionário, a maioria dos estudantes questionados foi à pelo menos uma festa *open bar* no último ano, embora não necessariamente o tenham feito no último mês, sendo que a diferença entre os que foram à festa *open bar* nos últimos 30 dias e os que foram à festa nos últimos 12 meses é considerável, de 28 pontos percentuais.

Finalmente, a última questão foi se os estudantes da UFMS/CPTL questionados consideram as festas *open bar* realizadas pelas A. A. A.s da UFMS/CPTL como uma de suas opções de lazer de predileção. O resultado nos mostra que 70% responderam “SIM”, enquanto que 30% responderam “NÃO”, o que confirma a hipótese levantada inicialmente de que as festas *open bar* realizadas por A. A. A.s se constituem como uma das opções de lazer de predileção dos estudantes universitários (Figura 8).

**Figura 8: Proporção de questionados que considera as festas *open bar* uma de suas principais opções de lazer**



Fonte: LIMA, M. G., 2018.

## 5 CONCLUSÕES

Diálogos interdisciplinares permitem-nos efetuar exercícios de reflexão sobre as práticas de lazer de estudantes universitários brasileiros na atualidade. Sob a perspectiva das ciências humanas, observa-se que, concomitantemente ao processo de expansão do ensino superior no Brasil, testemunhamos, também, a ascensão da cultura do lazer universitário.

Essa cultura é uma cultura juvenil urbana que tem amplamente se disseminado pelo país. Na atualidade, grande parte das instituições de ensino superior brasileiras possuem uma ou mais A. A. A.s. Essas organizações, em associação com outras organizações correlatas, como baterias universitárias e equipes de *cheerleading*, têm exercido papel de suma importância na manutenção da referida cultura.

Os jogos universitários e as festas *open bar*, cada vez mais, se consolidam como uma opção de lazer de predileção entre estudantes universitários, conforme pudemos aferir por meio de questionário. Pudemos observar, também, que as A. A. A.s têm fontes de renda diversas, que vão desde os valores advindos da venda de convites de festas *open bar*, até a comercialização de objetos diversos – sobretudo itens de vestuário – providos de simbolismo por exibirem os

nomes e logotipos das A. A. A.s, tornando-se, assim, parte de suas identidades.

É inegável que, sob ótica hedonista juvenil, o abuso de álcool em festas *open bar* universitárias é uma realidade. Isso é algo que não pode passar despercebido e, certamente, necessita ser acompanhado de maneira mais próxima, buscando promover conscientização entre os estudantes universitários, de maneira que o consumo de bebidas alcoólicas seja feito moderadamente. Essas festas, entretanto, representam uma manifestação cultural contemporânea, que vai muito além disso, envolve elementos mensuráveis e imensuráveis, concretos e abstratos, materiais e simbólicos. É uma cultura que tem se expandido, e tem grande potencial de expansão nos próximos anos, certamente se constituindo como tema de pesquisa com amplo potencial, podendo ser debatido sob diversos vieses teóricos.

## REFERÊNCIAS

- BELK, R. W. Possessions and the extended self. **Journal of consumer research**, Oxford, v. 15, n. 2, p. 139-168, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- DAYRELL, J. A **música entra em cena**: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte. 2001. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo, 2001.
- ELIAS, N; SCOTSON, J. L. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FOOTE-WHYTE, W. Treinando a observação participante. In: GUIMARÃES, A. Z. (org.). **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora, 1980.
- GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- GRIFFIN, C. Imagining new narratives of youth: youth research, the new Europe and global youth culture. **Childhood**, Trondheim, v. 8, n. 2, p. 147-166, 2001.
- HAESBAERT, R. A desterritorialização: Entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: CASTRO, I. E., et al. (org.). **Geografia: Conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999, p. 165-206.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- HARE, B. Survival of the friendliest: Homo Sapiens evolved via selection for prosociality. **Annual review of psychology**, Palo Alto, v. 68, 2017.
- HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.



HISSA, Cássio E. V. *Entrenotas: compreensões de pesquisa*. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2013.

INEP. **Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira**. Disponível em: < [www.inep.gov.br/](http://www.inep.gov.br/) > Acesso em: 14 abr. 2019.

KRIEGER, H; YOUNG, C. M; ANTHENIEN, A. M; NEIGHBORS, C. The epidemiology of Binge Drinking Among College-Age Individual in the United States. **Alcohol Research Current Reviews**, Bathesda, v. 39, n. 1, 2018.

LIMA, M. G. **Espaços de lazer e territórios juvenis em Três Lagoas/MS**. 2018. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Três Lagoas, 2018.

LIMA, E. L. G; RIBEIRO, A. I. M. **A faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Presidente Prudente 1959 – 1976: Gênese da FCT – UNESP**. Jundiaí: Paco Editorial, 2013

MARGULIS, M. **La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires**. Buenos Aires: Biblos, 1997.

MAY, T. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. 3.ed. Trad. Carlos A. Silveira. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PILKINGTON, H. Is There a Global Youth Culture? A View from the Periphery, 1997, Washington, DC. In: 96th American Anthropological Association Conference, Washington, DC. **Anais do 96th American Anthropological Association Conference**. Washington, DC: American Anthropological Association Conference, 1997.

PINSKY, I. A estratégia de venda da indústria de cerveja em relação aos estudantes universitários (atletas). In: Seminário Internacional sobre Álcool e Violência, 2014, São Paulo. **Anais do Seminário Internacional sobre Álcool e Violência**. São Paulo, 2014.

RECKZIEGEL, D. **Lazer noturno: aspectos configuracionais e formais e sua relação com a satisfação e preferência dos usuários**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

ROMERA, L. A. Lazer e festas: Estudo sobre os modos de divulgação de bebidas nos campi universitários. **Caderno Terra Ocupada, São Carlos**, v.22, n. Suplemento Especial, p. 95-102, 2014.

SAMPAIO, H. Novas dinâmicas do ensino superior no Brasil: o público e o privado. **Cadernos do GEA**, Rio de Janeiro, n. 7, p. 8-22, jan./jun. 2015.

SAVIANI, D. A expansão do Ensino Superior no Brasil: mudanças e continuidades. **Póiesis Pedagógica**, Goiânia, v. 8. Nº 2, 2010.

SEEMILLER, C; GRACE, M. **Generation Z Goes to Collerge**. San Francisco: Jossey-Bass, 2016.

SILVEIRA, J. D. A excursão no ensino de Geografia. **Revista Geografia**, São Paulo, v. 2, nº4,

# III Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

10 a 13 de setembro de 2019 | Naviraí - MS



p. 71-73, 1936.

TURRA NETO, N. **Múltiplas trajetórias juvenis em Guarapuava: territórios e redes de sociabilidade.** 2008. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista – UNESP, Presidente Prudente, 2008.

ZUSMAN, Perla. La tradición del trabajo de campo en Geografía. **Geograficando**, La Plata, v. 7, nº 7, 2011.