

# I CONGRESSO DE GESTÃO ESPORTIVA

28 a 30 de outubro de 2005

Escola de Educação Física e Esporte da USP



## "A GESTÃO PROFISSIONAL DO ESPORTE"

Conferências, Painéis de Debate e Palestras sobre:

- Esporte de Alto Rendimento no Brasil
- O Gestor Esportivo
- Experiências Inovadoras em Gestão
- Gestão de Instalações Esportivas
- Programas de Qualidade

### informações

[www.usp.br/eef/gestao](http://www.usp.br/eef/gestao)  
[gestao@usp.br](mailto:gestao@usp.br) (11) 3091.3120

realização e promoção

**GEPAE**

Grupo de Estudos e Pesquisa  
em Administração Esportiva

DEPARTAMENTO  
DE ESPORTE

apoio

Comissão de  
graduação  
EEFEUSP

**ACCOR hotels**  
NOVOTEL | mercure | PARTHENON

**M**  
Mattar  
Marketing  
e Pesquisa

Pró-Reitoria de  
Cultura e Extensão

## **APRENDER FAZENDO FORA DA SALA DE AULA OS CONHECIMENTOS SOBRE GESTÃO ESTRATÉGICA ESPORTIVA**

FERMINO, Gean Carlos; Acadêmicos do Curso de Educação Física e Esportes  
UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina.

Introdução: Dentro do foco diferenciado do Curso de Educação Física e Esportes da UNISUL, tive o desafio de contextualizar a Gestão ao Esporte. Sendo assim, apliquei uma nova proposta didático-pedagógica, o “Aprender fazendo fora da sala de aula”, com uma conexão direta entre a teoria e a prática, através do “Trabalho de Campo” com 99 (noventa e nove) Diagnósticos Estratégicos sobre Gestão Estratégica Esportiva em 4 (quatro) anos. Objetivos: Empreender uma cultura de Gestão ao esporte com uma dinâmica na disciplina de Gestão Estratégica; Instrumentalizar este novo perfil do profissional do esporte com conhecimentos sobre Gestão e “links” com outras áreas interdisciplinares do conhecimento. Material e Métodos: Grande parte das aulas foram teóricas e em torno de 30% de aulas práticas, sendo 20% em campo e 10% com apresentações, avaliações individuais e em grupo, utilizando critérios como as visitas, conteúdo, formatação e a apresentação. Principais Resultados: A consolidação da proposta nestes 04 (quatro) anos; a criação de uma cultura sobre Gestão Estratégica Esportiva; o Feedback da sociedade; etc; Principais Conclusões: O desafio dentro dos padrões institucionais; mudança de paradigmas; disciplina empreendedora; conexão entre a universidade e o mercado etc.

**Palavras-chave:** aprender, fazendo, gestão.

Contato: geanf@unisul.br, gean@moderare.com.br

# **DESCENTRALIZAÇÃO DO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE TREINADORES NO TÊNIS DE MESA NACIONAL: VALORIZAÇÃO E INCENTIVO À FORMAÇÃO PROFISSIONAL JUNTO ÀS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR**

VILANI, Luiz Henrique Porto  
Confederação Brasileira de Tênis de Mesa

A necessidade de certificação e qualificação de treinadores esportivos, consiste em uma proposta de grande relevância por estimular estes profissionais a buscar manter um nível de estudo constante no intuito de aperfeiçoamento e reconhecimento de suas qualidades técnicas. No Tênis de Mesa, modalidade olímpica desde 1988, mas que não possui uma sistemática de abordagem como conteúdo na maioria dos cursos de Educação Física no Brasil, o processo de certificação e qualificação dos treinadores nacionais ocorria paralelamente ao de formação dos mesmos, tendo como entidade competente, a Confederação Brasileira de Tênis de Mesa - CBTM. Implementado desde 1996, a certificação e qualificação dos treinadores nacionais, dividida em 4 níveis, foi referenciada pela experiência, notoriedade e infraestrutura advindas de um único pólo da modalidade no país. A carência de profissionais da área de Educação Física e a criação de um modelo bem estruturado para a formação de ex-atletas por meio de um método exclusivo, deu notoriedade e subsídios para a centralização deste processo. Entretanto, com a aprovação da Lei 9.696 regulamentando a profissão de Educação Física, e por meio do convênio assinado entre a CBTM e o Conselho Federal de Educação Física – CONFEF, houve a necessidade de o Comitê Técnico-Científico da CBTM, CTC, elaborar uma revisão do procedimento vigente até então. Diante destas novas bases, a CBTM reconheceu a importância de descentralizar o processo, autorizando as federações estaduais a formar treinadores nos níveis 1 e 2. Por meio de um convênio assinado entre uma federação estadual e uma Instituição de Ensino Superior - IES, assegurando-se a abordagem do Tênis de Mesa como conteúdo na graduação em Educação Física, e/ou em cursos de extensão, e respeitando-se os conteúdos mínimos exigidos para certificação nos respectivos níveis de acordo com o procedimento específico, a CBTM passou a reconhecer os treinadores formados nestas instituições. Implementado desde o início do ano de 2005, esta nova sistemática já proporcionou a assinatura de convênios em 5 estados, sendo que diversos outros já estão em contato e/ou esperando providências burocráticas para concluir a assinatura. Mediante este novo processo, já se observa uma otimização quantitativa e qualitativa na formação dos treinadores nos níveis 1 e 2, como também houve uma maior demanda na procura pela qualificação nos níveis 3 e 4, fomentando a formação continuada de nossos treinadores.

Palavras-chave: formação continuada, treinadores, tênis de mesa.

Contato: vilani@cbtn.org.br

## **PERSPECTIVA DE ESTUDO DA ADMINISTRAÇÃO ESPORTIVA COM ACADÊMICOS NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA**

SILVA, Taciane Aparecida Bueno da; FREITAS, Luis Alberto Garcia;  
VILAUTA, Cleide Marlene; ROSA, Dalva Martins  
Universidade Estadual de Londrina/PR  
GENES - Grupo de Estudo em Negócios Esportivos

A participação do esporte na mídia cresce a cada dia, contratos milionários, exposição dos atletas, recordes superados, enfim uma explosão de acontecimentos que ocorrem simultaneamente no mundo esportivo; considerando esses fatos, o que nos interessa saber é como “esse mundo” funciona, quais são os subsídios para sua sobrevivência e onde esses são buscados, para tanto, a presente pesquisa tem por objetivo apresentar um levantamento dos trabalhos de conclusão de curso sobre o tema administração esportiva. Dessa forma, foi realizada uma revisão de literatura nos trabalhos de conclusão de curso da área de Educação Física, na Universidade Estadual de Londrina no período de 1998 a 2004. Por meio deste, mostrar-se à importância do estudo da administração para a área de educação física, as principais focos das pesquisas, bem como as tendências e o entendimento dos acadêmicos sobre o assunto.

Palavras chave: administração, esporte, educação física.

Contato: taci\_12@hotmail.com

## **TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO APLICADAS À FORMAÇÃO DE GESTORES ESPORTIVOS MUNCIPAIS NO RIO GRANDE DO SUL**

CABRAL JÚNIOR, Paulo Augusto <sup>1</sup>;  
REPPOLD FILHO, Alberto Reinaldo<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação em Ciências do Movimento Humano da Escola de Educação Física da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e pesquisador do Grupo de Pesquisas de Políticas Públicas de Educação Física, Esporte e Lazer da ESEF/UFRGS;

<sup>2</sup> Professor da ESEF/ UFRGS e líder do Grupo de Pesquisas de Políticas Públicas de Educação Física, Esporte e Lazer da ESEF/ UFRGS.

A utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC) tem-se apresentado como um requisito estratégico para a formação profissional, atendendo a permanente necessidade de capacitação e atualização de recursos humanos. O Rio Grande de Sul, com 497 municípios, apresenta uma significativa demanda para a capacitação e atualização de pessoal em gestão esportiva. Esse estudo se propõe a investigar as características de um modelo de ensino a distância, com utilização de TIC, para formação de gestores esportivos municipais no Rio Grande do Sul. Na coleta de dados serão empregados questionários, entrevistas e análise de documentos. Os questionários serão aplicados em todos os municípios com o intuito de estabelecer o perfil dos servidores que atuam na gestão esportiva, bem como identificar a infra-estrutura tecnológica e logística das instituições públicas que atendem ao setor. Para estabelecer os conhecimentos e competências necessárias para a capacitação e atualização do público-alvo, serão realizadas entrevistas semi-estruturadas com profissionais que atuam nas áreas de gestão pública, de gestão esportiva e de ensino a distância. A análise de documentos pretende identificar o funcionamento, a estrutura curricular e os conteúdos programáticos dos cursos de gestão esportiva a distância em funcionamento no país e no exterior. O estudo encontra-se em fase de elaboração dos instrumentos para coleta de dados e análise de documentos.

Palavras-chave: tecnologias de informação e comunicação, gestão esportiva municipal, ensino a distância.

Contato: pazcabral@yahoo.com.br

## **ANÁLISE DO CLIMA DAS ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS DA CIDADE DE MARINGÁ, PARANÁ.**

SONOO, Christi Noriko; DEPRÁ, Pedro Paulo; MAGRO, Jane Maria Remor  
Universidade Estadual de Maringá/PR

O estudo do clima organizacional tem despertado o interesse dos investigadores durante duas últimas décadas. Este interesse recente parece que se deve a influencia que o clima exerce sobre determinados processos e sobre determinadas variáveis individuais e organizacionais, tais como a comunicação, a solução de problemas, a tomada de decisões, a solução de conflitos, a motivação, a satisfação laboral e o bem estar psicológico. Estudos comprovam a importância que o clima pode ter como variável da eficácia; quer dizer, avaliar o clima pode constituir o melhor critério de eficácia. Neste sentido, este trabalho tem como objetivo principal validar um instrumento de quantificação do clima para avaliar a dinâmica do grupo das organizações esportivas públicas e privadas da cidade de Maringá, Paraná. Caracteriza-se como estudo descritivo e a população do estudo será constituída por funcionários de organizações esportivas públicas e privadas. A amostra será escolhida de forma intencional e estratificada. Como instrumento de medida será elaborado um questionário baseado no estudo de Sonoo (2000). O projeto em andamento está na fase de elaboração do instrumento considerando as dimensões do clima: Identificação, Reconhecimento, Crescimento, Autonomia e Desempenho. Até o momento foram encontrados 45 elementos que poderão compor as questões que serão distribuídas nas dimensões acima mencionadas. Espera-se com os resultados obtidos neste estudo validar um instrumento capaz de realizar intervenções práticas nas organizações esportivas identificando o clima e modificar as condições que permitem a criação ou manutenção de um clima que favorece tanto o desenvolvimento individual como coletivo na consecução dos objetivos propostos pelos mesmos. O diagnóstico do clima pode proporcionar assim, uma visão do estado da organização e possibilitar o ajuste das necessidades individuais e grupais, com intuito de conseguir uma maior efetividade.

Palavras-chave: clima organizacional, organizações esportivas, efetividade.

Contato: [cnsouoo@uem.br](mailto:cnsouoo@uem.br)

## **CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO COMITÊ TÉCNICO-CIENTÍFICO NA CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS DE MESA**

VILANI, Luiz Henrique Porto  
Confederação Brasileira de Tênis de Mesa

A necessidade de estreitar os laços entre produção científica, desenvolvimento tecnológico e aplicação técnica dos conhecimentos produzidos nas áreas das Ciências do Esporte, tem estimulado um acentuado crescimento da produtividade neste setor nos últimos 20 anos. Estimulados pela criação do Comitê de Ciências do Esporte da Federação Internacional de Tênis de Mesa - ITTF (ITTF Sports Sciences Committee), que vem fomentando uma produção científica aplicada á modalidade por meio da organização regular de congressos internacionais (10 congressos já realizados desde 1992), a Confederação Brasileira de Tênis de Mesa - CBTM criou em meados dos anos 90 um Comitê Científico da modalidade. Desde 2001 este comitê foi reformulado e renomeado como Comitê Técnico-Científico – CTC. O CTC é necessariamente composto por 6 membros, sendo 3 pesquisadores (com titulação de mestres e/ou doutores) e 3 treinadores nacionais. Produzir e divulgar conhecimentos científicos, construir parâmetros e indicadores tecnológicos, bem como cooperar e estabelecer parcerias com entidades e pesquisadores de diversas áreas, constituem elementos chave da missão do CTC. O intenso trabalho do CTC vem estimulando a produção de dissertações de mestrado, teses de doutorado e se destacando na qualidade das pesquisas apresentadas nos congressos internacionais da ITTF. Tanto a produção, quanto as experiências vivenciadas são compartilhadas por meio de uma sessão científica no site institucional da CBTM, atualmente com 119 links para artigos, teses, dissertações, relatórios técnicos, relatos de experiência, etc. Além do mais, uma sistemática de formação de recursos humanos permite uma estrutura de encontros periódicos com os treinadores que participam do circuito nacional em um espaço destinado a cursos, palestras e troca de informações. Esta estrutura tem permitido um amplo desenvolvimento da qualidade dos atletas nacionais e permitido um reconhecimento internacional de nossos profissionais e da estrutura do Tênis de Mesa brasileiro, o que permite uma maior credibilidade e possibilidade de desenvolvimento da modalidade em um projeto devidamente registrado e controlado com vistas a um futuro modelo tecnológico internacional. Ainda visando a otimização deste processo, um projeto para criação de cursos on-line (á distância) já está sob avaliação para uma futura implementação.

Palavras-chave: ciências do esporte, pesquisa, tênis de mesa.

Contato: vilani@cbtn.org.br

## **CULTURA ORGANIZACIONAL EM UMA GESTÃO DESPORTIVA: VALORES DO DESPORTO X OBJETIVOS DE UMA GESTÃO EMPRESARIAL**

MAZZEI, Leandro Carlos

Na moderna sociedade em que vivemos quase todo o processo produtivo ou trabalho é realizado através das Organizações. Assim, a sociedade contemporânea se caracteriza por ser uma sociedade composta de Organizações. As Organizações existem, produzem trabalho, em sintonia com uma cultura própria, ou seja, com a sua vocação, missão e objetivos. Cada Organização possui uma ideologia que a diferencia das demais, um sistema rico, desenvolvido e enraizado de valores e de sentimento que a distingue em relação a outras Organizações. Neste sentido a Cultura da Empresa ou Organização apresenta um sentido unificador que promove um espírito de corpo, estabelece um sentido de missão e desencadeia sinergias em prol do bem da mesma. Neste contexto, temos a Organização do Desporto, onde o Desporto sempre foi muito mais do que seu aspecto físico e biológico visível. Quando o Comitê Olímpico Internacional vende a transmissão dos Jogos Olímpicos, não está vendendo simplesmente os jogos desportivos ou os fatores de entretenimento envolvidos no evento. Os fenômenos Olímpicos e Desportivos envolvem todo um sistema vigente de valores que fazem parte do patrimônio da humanidade. Assim como na modalidade denominada Judô, existe uma série de valores, além dos desportivos, que são vividos pelos seus praticantes. Objetivo e Metodologia: O objetivo do trabalho de dissertação de mestrado que será desenvolvido terá como foco de seu tema a FEDERAÇÃO DE JUDÔ DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, como Organização, e os aspectos do Judô e a filosofia desta modalidade, como Cultura Organizacional. A metodologia será qualitativa, através de entrevistas e suas análises interpretativas, análise de discurso e análises de documentos da FJERJ, pois, para avaliar as práticas culturais de uma organização e o objetivo for descrever e explicar a organização o método mais conveniente é o qualitativo. Se o objetivo fosse prever e generalizar, ai sim, o método quantitativo seria aconselhável. As metodologias quantitativas, de certa forma, são superficiais e genéricas em razão de não extraírem a essência da cultura e limitadas porque examinam as características que interessam ao investigador, em lugar dos conceitos que a pessoas da organização utilizam e valorizam, para se descreverem a si próprias e às organizações. Expectativas: Se as organizações existem, produzem trabalho, em sintonia com uma cultura própria, ou seja, com a sua vocação, missão e objetivos. Espera-se que a FJERJ tenha uma ideologia, um sistema rico, desenvolvido e enraizado de valores e de sentimento que a diferencie de outras organizações presentes na sociedade. Por ser uma organização Desportiva, espera-se que ela tenha traços de uma cultura empresarial próxima aos ideais do Desporto, e também, por estar ligada a uma modalidade extremamente tradicional, espera-se que a FJERJ tenha em sua cultura traços fortíssimos da cultura do Judô. É isso que será pesquisado no desenvolvimento do Trabalho de Dissertação do Mestrado.



Palavras-chave: cultura organizacional, gestão desportiva, federação desportiva, judô.

Contato: [lemazzei78@yahoo.com.br](mailto:lemazzei78@yahoo.com.br)

# **DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO SOBRE GESTÃO ESTRATÉGICA ESPORTIVA EM ORGANIZAÇÕES E PROFISSIONAIS RELACIONADOS AO ESPORTE EM ALGUMAS ÁREAS AFINS EM DUAS MICRO-REGIÕES DO ESATDO E SANTA CATARINA – BRASIL**

FERMINO, Gean Carlos Fermino; Acadêmicos do Curso de Educação Física e Esportes  
UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina.

Introdução: A necessidade de encontrar dados, informações, pesquisas, somado a ausência de obras sobre Gestão Esportiva é que determinaram à arquitetura do estudo. Objetivos: Elaborar, desenvolver, processar, analisar e disseminar os conhecimentos obtidos sobre Gestão Estratégica Esportiva em relação ao fenômeno pesquisado. Material e Métodos: O estudo de campo foi qualitativo, do tipo exploratório, descritivo e avaliativo. As técnicas de abordagem e de coleta de informações foram estruturadas, aplicando entrevista, análise documental, questionário e observação em 4 (quatro) anos. Principais Resultados: De acordo com as dimensões e indicadores padronizados pela pesquisa, a amostra do universo pesquisado, 99 (noventa e nove) Diagnósticos Estratégicos, indica a ausência de uma cultura e de um modelo sobre Gestão para a “grande maioria” das organizações e profissionais pesquisados. Em muitos casos, a forma de Gestão é amadora, sem a utilização de Funções e Ferramentas de Gestão Esportiva. Principais Conclusões: Necessidade de uma Gestão Profissional; Percebe-se fortes indicadores quanto ao repensar para uma nova proposta na formação / perfil do profissional do esporte, com componentes modernos da Gestão Esportiva solicitados pela sociedade.

**Resumo:** Diagnóstico, gestão, esporte.

Contato: geanf@unisul.br, gean@moderare.com.br

## EEFUSP JUNIOR: 11 ANOS DE SUCESSO

### EEFUSP JUNIOR CONSULTORIA

Empresa Júnior é uma empresa sem fins lucrativos formada por estudantes universitários que são supervisionados e orientados por professores de suas faculdades. A primeira empresa júnior surgiu na França em 1967, na ESSEC (L'Ecole Supérieure des Sciences Economiques et Commerciales de Paris). Hoje existem empresas juniores em pelo menos quatro continentes. A idéia de Empresa Júnior foi trazida ao Brasil pela Câmara de Comércio França-Brasil, e em 1987 surgiram as três primeiras empresas juniores do país: EJ-FGV, Júnior FAAP e Júnior Poli Estudos. Em 1990 foi fundada a FEJESP: a primeira federação de empresas juniores das Américas. A Empresa Júnior da Escola de Educação Física e Esporte foi fundada com o apoio de diversos docentes da Escola, alguns alunos determinaram a estrutura, o mercado de atuação e a função da empresa, e em 6 de dezembro de 1994 foi fundada a EEFUSP Junior Consultoria em uma reunião entre o presidente da FEJESP e o Sr. Diretor Prof. Dr. José Geraldo Massucato. Em maio de 1995 foi promovido um concurso intitulado “LogoJunior” entre os alunos de graduação para a criação da atual logomarca. A vencedora foi Sueli Anderson Bras, então aluna do curso de Bacharelado em Esporte. Já de início os membros começaram a entrar em contato com empresas da área do esporte e atividade física a fim de cadastrar clientes em potencial. A partir desta divulgação surgiu a oportunidade de realizar alguns projetos, tais quais: “Sobremesa Acadêmica”: Palestra com Luciano Jr. (Apresentador da TV Bandeirantes) sobre “O Papel do Jornalismo Esportivo na Televisão”; Contratação de árbitros de natação e atletismo para o “Gionchi Della Gioventu 95” (Jogos da Juventude 95); Projeto Beneficente da Creche Lar Jane Suzana; 3º Seminário de Educação Física Escolar; Curso de atualização Profissional em Fitness para a CIA. Atlética; Palestra Atlanta -1996 / História de uma conquista, perspectiva do sucesso. Com Everton Domingues (Diretor de Esporte do SBT); Primeiro Workshop integrativo da EEFUSP. Ao longo destes 11 anos de história a Empresa EEFUSP Junior Consultoria sofreu com algumas dificuldades como as corriqueiras infiltrações em sua sede decorrente do mau projeto hidráulico, o que causou vários prejuízos. Ainda houve um desvio de verba por um membro da empresa, havendo uma tentativa amigável para a devolução do dinheiro. Com estes problemas era preciso R\$ 2.100,00 para poder fechar o ano sem lucros e dívidas. Porém, o ano não foi muito produtivo e o ano fechou com dívidas. A diretoria de 2002 realizou o “1º Curso de Atualização em Atividade Física Personalizada” que tinha como principal objetivo arrecadar dinheiro para regulamentar a situação financeira da empresa. O curso foi um sucesso, conseguindo reunir mais de 100 pessoas no auditório da Escola durante 6 dias de palestras. Os membros de 2003 tinham como principal objetivo regularizar toda a parte jurídico-financeira da empresa, que estava com impostos atrasados, conta no banco bloqueada e dívida com o contador referente aos anos anteriores. Porém, não foi possível a reestruturação da mesma. A situação só melhorou um pouco mais com o “2º

Curso de Atualização em Atividade Física Personalizada” realizado desta vez pela diretora de 2003. Em 2005, foram realizados os seguintes projetos: Curso de “Futebol: Ciência e Tecnologia Aplicada ao Esporte”; Workshop de Treinamento de Força; ESTAÇÃO USP; e Ginástica Laboral para os funcionários da Faculdade de Veterinária. Para o final deste ano e para 2006 estão previstos: Curso de Nutrição (25/11/05); Curso de Corrida de Aventura; e 3º Curso de Atualização em Atividade Física Personalizada.

Palavras-chave: Consultoria, Organização de Eventos, Cursos

Contato: eefusp\_jr@yahoo.com.br

# GESTÃO DE PROGRAMAS ESPORTIVOS E DE ATIVIDADES FÍSICAS EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PRIVADAS

SANTOS, Ana Lúcia Padrão  
Universidade Guarulhos/SP

**INTRODUÇÃO:** Considerando-se os dados do INEP existem aproximadamente duas mil instituições de ensino superior no Brasil, nas quais estão matriculados 3.400.000 alunos em cursos de graduação, sendo que deste total 60% estão na faixa etária compreendida entre 18 a 24 anos. Este grande número de jovens nem sempre tem oportunidade de prática de atividade física e/ou esportiva e encontra nas instituições educacionais a única possibilidade de manter um estilo de vida ativo. **OBJETIVO:** Relatar como a avaliação e mudança na estrutura organizacional do setor de esportes de uma Instituição de Ensino Superior possibilitaram aos alunos de graduação a prática de atividade física e esportiva, oferecendo um serviço diferenciado, promovendo uma percepção positiva da IES, favorecendo um relacionamento mais próximo com o aluno e agregando valor ao serviço prestado pela Instituição. **DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA:** Em novembro de 2003 foi feito um levantamento do interesse, por parte dos alunos, de prática de atividade física e esportiva, bem como os dias e horários mais adequados. A partir de 2004 ampliou-se a oferta de prática de atividades físicas como ginástica, yoga, lutas e artes marciais, capoeira e aprimorou-se o processo de organização de competições esportivas nas modalidades futsal, basquetebol, handebol, voleibol e tênis de mesa. Para a organização de tais atividades levou-se em conta a característica da IES, o perfil do aluno e os recursos existentes. No primeiro semestre de 2004 participaram das atividades mais de 1500 alunos de diversos cursos de graduação. No segundo semestre de 2004 este número superou os 2000 alunos, o que pode ser considerado um êxito do programa. **PRINCIPAIS CONCLUSÕES:** Existe um grande potencial para o desenvolvimento e gestão de programas de atividade física e esporte em IES, porém há carência de um estudo mais sistemático e um tratamento profissional relativo a este assunto. Assim, é possível concluir que alunos e instituições podem ser beneficiados com tais atividades.

Palavras-chave: gestão, esporte, universidades.

Contato: analuciapadrao@ig.com.br; alsantos@prof.ung.br

## **GESTÃO PROFISSIONAL EM ENTIDADES DE ADMINISTRAÇÃO DO DESPORTO: ESTUDO PRELIMINAR EM FEDERAÇÕES PAULISTAS**

BASTOS, Flávia da Cunha<sup>1,2</sup>; MATTAR, Michel Fauze<sup>2</sup>; COSTA, Ferdinand Câmara<sup>2,3</sup>; BASTOS, Evandro Carvalho<sup>2</sup>; BELLANGERO, Daniel Ambrosio<sup>2</sup>; ALVES, Marcelo Valério<sup>2</sup>; MONTEIRO, Marcos Chieffe<sup>2</sup>; BARHUM, Reynaldo Abrahão<sup>2</sup>; TOLEDO, Ana Carolina Alves<sup>2</sup>; MIHALIK, Roberto Barreto<sup>2</sup>; GOMES, Ana Carolina Faria<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Professora Assistente do Departamento de Esporte da Escola de Educação Física e Esporte da USP

<sup>2</sup> Grupo de Estudos e Pesquisa em Administração Esportiva – GEPAE - EEFEUSP

<sup>3</sup> Professor Faculdade de Educação Física, Instituto Presbiteriano Mackenzie

As Federações Esportivas se reorganizaram no país na forma que se apresentam nos dias de hoje como decorrência do decreto-Lei 3199 (Brasil, 1941). Desde então, com o próprio desenvolvimento da organização esportiva no mundo, tem havido evolução nos processos e na profissionalização da gestão de entidade de administração do desporto (Acosta-Fernandéz, 2002; Bastos, 2004; Claudino, 2002). A profissionalização do setor tem sido verificada com a presença da figura do gestor esportivo em diferentes organizações (de prática e de administração), sejam privadas ou públicas. Este profissional é caracterizado como o responsável pelo planejamento, organização, direção e controle da organização, e por colocar em prática as melhores condições de instalações e programas esportivos. Mesmo em entidade em implantação, a eventual falta de profissionais contratados não deve resultar em gestão não-profissional (Acosta-Fernandéz, 2002; López-López; Luna-Arocas, 2000). O objetivo do presente estudo foi identificar a existência do gestor profissional e a importância atribuída pelos dirigentes (presidentes) de federações paulistas à gestão profissional. Trata-se de estudo exploratório, junto a 48 federações filiadas ao SINDESP (Sindicato das Federações Esportivas do Estado de São Paulo). Foi construído e validado (junto a ex-presidentes de federações) instrumento eletrônico de coleta de dados. Este instrumento foi enviado via e-mail aos presidentes das federações, após contato telefônico prévio, envio e aceite de carta de apresentação do trabalho. Foram obtidas e validadas 12 respostas (25% dos questionários enviados).

Palavras-chave: gestão esportiva; administrador esportivo; federações esportivas

Contato: flaviacb@usp.br

## JOGOS OLÍMPICOS DE BARCELONA 92: ADMINISTRANDO DIVERSIDADES

OLIVEIRA, Sérgio Ricardo de Souza; SIMÕES, Antonio Carlos; SERASSUELO JÚNIOR, Hélio  
Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo/EEFEUSP  
Departamento de Esporte – Laboratório de Psicossociologia do Esporte/LAPSE  
Grupo de Estudos e Pesquisas em Psicossociologia do Esporte/GEPPSE

Um dos maiores fenômenos esportivos são os Jogos Olímpicos. Desde o seu surgimento, em 1896, emergentes estruturas geo-político-econômicas revolucionárias passaram a influenciar o modelo olímpico de concepções ideológicas clássicas. A luta constante entre os blocos dos comunistas e capitalistas originou um conjunto de manifestações conceitualmente distintas, nunca antes vistas. Uma linha paralela se formava buscando unir as diversidades a fim de proporcionar o bem social comum. Esse esforço, para aproximar os Homens através do Esporte, ainda que nebulosamente construído – lembremos dos atentados de Munique e dos boicotes de Moscou e de Los Angeles – consolidou-se paulatinamente e com esmero culminando em Barcelona 92. O principal objetivo deste trabalho foi de caracterizar o papel da diversidade cultural que movimentava o dia a dia na Vila de Barcelona, desde nossa chegada até a nossa despedida. O primeiro ponto a ressaltar, principalmente para quem não acompanhou a criação das Olimpíadas de Barcelona, foi a construção da Vila em uma área costeira, defronte ao mediterrâneo, localizada em uma posição estratégica, tanto em relação ao acesso às instalações esportivas quanto em termos de segurança. . Essa “pequena cidade” era constituída por edifícios de três andares distribuídos em vários quarteirões e que abrigavam as residências, pólos de entretenimento e lazer – cinemas, bibliotecas, discotecas, restaurantes,... – além de igrejas, centros de imprensa, complexos administrativos e *merchandising rooms*, para promoção dos patrocinadores. O convívio era múltiplo e os atletas, de todos os países e modalidades indistintivamente, encontravam-se pelas alamedas. Nunca antes tantos conviveram por tanto tempo juntos. Os Estados Unidos preferiram acomodar seus componentes em um transatlântico ancorado na costa, entretanto, essa atitude preventiva em nada interferiu na relação diária de seus integrantes com a comunidade em geral. Os países coalizados da antiga União Soviética participaram como integrantes da Comunidade dos Países Independentes. Foi a última vez que eles participaram sob uma única bandeira. Os cultos eram realizados em conformidade com as orientações de cada religião e funcionavam conforme as necessidades de cada delegação participante. Os restaurantes funcionavam 24 horas por dia e possuíam cardápios para todos os gostos e paladares. O Comitê Organizador dos Jogos de Barcelona atuou com base em um sistema realçado de valores compartilhados, crenças e suposições da necessidade humana afluindo em parcimônia, consistência e significado dos grupos. Isto motivou a produção de vários elementos dentro de parâmetros que eventualmente podem ser chamados de cultura. Com a criação desse contexto, podemos expressar que existiram potenciais vantagens na diversidade apresentada permitindo-se, nesses Jogos de Barcelona, alinhar diversas culturas pessoais em um encontro de grande sinergismo.

Palavras Chaves: diversidade, olimpíadas e esporte.

Contato: [sergioliveirajudo@meiosegundo.com](mailto:sergioliveirajudo@meiosegundo.com)

# **O LIVRO ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS: CONTRIBUIÇÃO PARA O PROFISSIONALISMO NA GESTÃO DE EVENTOS**

Poit, Davi Rodrigues  
Doutorando na PUC-SP no programa EHPS)  
Escola Superior de Educação Física de Jundiaí/SP

**INTRODUÇÃO E OBJETIVOS:** Neste trabalho tenho como objetivo apresentar o livro Organização de Eventos Esportivos, o qual caminha atualmente para a sua 4ª edição. A origem desta obra remonta meu início de carreira no ensino superior, naquela oportunidade não havia bibliografia sobre o tema, e assim, nasceu a idéia, que depois de amadurecida, foi colocada em prática com o lançamento da 1ª edição em 1999. O livro tem como objetivo suprir uma lacuna ainda existente na área de organização e administração em Educação Física, ser uma fonte confiável de estudo e pesquisa, e, principalmente, servir de instrumento para análises e debates em torno de um tema crucial (gestão) no desenvolvimento das atividades planejadas, administradas e organizadas pela Educação Física e áreas afins. **DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA:** O resultado desta edição vem de uma extensa pesquisa bibliográfica que contemplou livros nacionais e estrangeiros a respeito do tema. Foi dada preferência para os livros mais atuais sem abrir mão de fontes confiáveis do passado. Paralelamente houve uma imersão etnográfica em vários eventos nacionais e uma análise ‘in loco’ em alguns eventos fora do país (Por ex. Atenas-2004). Como palestrante, viajando pelas principais cidades do país, pude colher, espontaneamente, inúmeras manifestações de apoio e relatos da importância do livro em numerosas ocasiões. **PRINCIPAIS CONCLUSÕES:** A organização sistemática de todo material lido, pesquisado, observado e a interação com inúmeros alunos regulares da graduação e da especialização, tem implicado em revisões da obra e no aumento paulatino e criterioso do seu conteúdo. Tendo em vista o excelente volume de vendas até o momento, acredito que haverá uma manutenção do espaço conquistado e, paralelamente, uma ampliação gradual e constante no meio acadêmico. Esta afirmação otimista, encontra amparo nas constantes demonstrações, por parte considerável dos discentes em Educação Física, que busca uma gestão de qualidade, respeito ao indivíduo e contribuir com a sociedade.

Palavras chaves: organização de eventos, educação física e administração.

Contato: [davipoit@uol.com.br](mailto:davipoit@uol.com.br)



## **OS REFLEXOS DA GESTÃO EMPRESARIAL NA CONTABILIZAÇÃO DE RECEITAS EM CLUBES DE FUTEBOL PROFISSIONAL**

SOMOGGI, Amir; ISHIKURA, Edison Ryu  
Casual Auditores/UNIP; FEA - USP

A obrigatoriedade dos clubes de futebol profissional em publicarem suas demonstrações contábeis e a Resolução CFC 1005: NBC T 10.13, dos aspectos contábeis específicos em entidades desportivas profissionais, que tratam da padronização na divulgação das informações contábeis em clubes de futebol, é um processo muito similar que passou o futebol europeu. O objetivo das demonstrações contábeis de uso geral é fornecer informações sobre a posição financeira, o desempenho e o fluxo de caixa de uma entidade e também, mostram os resultados de gerenciamento, pela administração, dos recursos a ela confiados. A falta de padronização dos Balanços dos clubes do futebol brasileiro, pela falta de uma norma contábil específica em vigor resultou na contabilização de um mesmo evento econômico sendo registrado de diversas formas e com nomenclaturas diversas. Na Europa os clubes de futebol há muito tempo padronizam suas demonstrações contábeis, possibilitando um amplo entendimento de suas informações e auxiliando profissionais que atuam em clubes de futebol na definição de suas decisões futuras. Além disso, os dados padronizados consolidados possibilitam uma correta compreensão da dimensão do mercado de clubes de futebol no Velho Continente, bem como as estratégias de diversificação de receitas dos clubes, como pode ser verificado no estudo anual sobre os 20 clubes com maior faturamento da Europa da empresa de auditoria Deloitte Touche. No Brasil, em julho de 2005 a empresa de auditoria Casual Auditores Independentes lançou a primeira Lista Casual de Clubes que tem como objetivo avaliar a dimensão do mercado de clubes de futebol no Brasil. O estudo demonstra ainda a falta de padronização das informações contidas nas demonstrações contábeis e da dependência extrema dos clubes brasileiros com recursos provenientes da negociação de atletas e cotas de TV. O artigo traça um paralelo entre a realidade da geração de negócios dos ricos clubes europeus e de como os clubes de futebol do Brasil podem utilizar este modelo de gestão centrado em diferentes fontes de receitas para transformar positivamente o mercado de futebol do Brasil.

Palavras-chave: futebol, contabilidade, gestão.

Contato: amir18amir@hotmail.com

## TORNEIO ESCOLAR DE ESPORTES DE LONDRINA

TOLEDO, Daniel Carvalho; FILLA, Oscar Luiz Benedito;  
FRISSELLI, Ariobaldo; MAZZIO, Marival Antonio  
Fundação de Esportes de Londrina; Universidade Estadual de Londrina;  
Secretaria de Estado de Educação/PR

**Introdução:** O Torneio Escolar de Esportes de Londrina, conhecido como Tornescolon, realizado pela Fundação de Esportes de Londrina, conta com a participação média de 8.000 alunos/ano. São realizadas 10 modalidades esportivas tanto no sexo feminino como no masculino. Financiado pela Prefeitura do Município de Londrina, através do FEIPE (Fundo de Incentivo a Projetos Esportivos) e seu investimento é de aproximadamente de R\$ 50.000,00/ano. **Objetivo:** Proporcionar eventos esportivos organizados para escolares do ensino fundamental e médio do município de Londrina, tanto da Zona Urbana como da Zona Rural; Revelar talentos esportivos; Inserir acadêmicos no campo de estágio e Viabilizar conagraçamento entre escolares da rede municipal, particular e estadual das diferentes regiões do município de Londrina. **Descrição da Experiência:** Dividido em etapas no decorrer do ano, onde são agrupados de acordo com a faixa etária e séries. Nas idades iniciais (9 a 10 anos), o evento esportivo é de caráter socio-educativo voltado para a ludicidade; De 11 a 12 anos, são viabilizadas regras adaptadas propiciando uma aproximação das regras oficiais; De 13 a 14 anos e 15 a 17, as disputas são de caráter competitivo, aproximando da realidade concreta do jogo. Os campeões na faixa etária de 13 a 14 anos e 15 a 17 são convidados a representar o município nas fases seguintes (regional, macro-regional, estadual) dos Jogos Colegiais do Paraná. **Principais conclusões:** O Tornescolon foi criado para suprir uma lacuna no esporte educacional londrinense e com isso propicia condições de fomento a varias modalidades esportivas, servindo de base para revelação de novos talentos.

Palavras-chave: esporte educacional, atividades extra-classe, competição.

Contato: [daniel@rantac.net](mailto:daniel@rantac.net)

# GESTÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: IMPLICAÇÕES PARA A EDUCAÇÃO FÍSICA

CARREIRO, Eduardo Augusto  
Faculdades Integradas de Itapetininga  
SESI/SP

**Introdução:** No Brasil a gestão de políticas públicas historicamente carece de investimentos e principalmente de uma cultura de gerenciamento em várias esferas. No âmbito municipal, os gestores de políticas públicas têm a oportunidade de formatar uma administração com bases nos interesses coletivos, participativos e com possibilidades reais de desenvolvimento da população. A área de Educação Física e Esportes pode colaborar na gestão do esporte e do lazer através das secretarias de governo destinadas para tal fim. Porém, o que se percebe é um descaso na gestão destas secretarias, muitas vezes sendo estruturas inexistentes nos municípios, ou então subordinadas a outras secretarias de governo. **Objetivo e Metodologia:** Este estudo teve como objetivo inicial analisar os municípios da região de sul do Estado de São Paulo, através de uma abordagem qualitativa, com enfoque descritivo, e utilização de entrevista semi-estruturada como instrumento de coleta de dados. **Resultados:** Os resultados de onze municípios estudados, indicam os seguintes resultados parciais: (1) dos onze municípios dois possuem Secretaria de Esportes; (2) o município com a menor média de habitantes/Profissional de Educação Física (ligado a Secretaria ou Diretoria de Esportes) possui 1/1.306 hab., e o com maior média possui 1/ 5.950 hab.; (3) dos onze municípios existe 1 (um) Secretário formado em Educação Física; (4) e como inferências qualitativas preliminares foi verificado que a noção de conceitos administrativos e a prática de planejamentos pertinentes a área de Educação Física e Esportes referente as Secretarias ou Diretorias estudadas, não faz parte, com raras exceções, da cultura organizacional dos municípios estudados. **Conclusões preliminares:** Pelo fato deste estudo ter surgido de indagações sobre a qualidade da gestão em Esportes e Lazer dos municípios estudados por alunos do ensino superior em Educação Física, que são cidadãos e futuros profissionais, acredita-se que novos debates e possibilidades de novos estudos possam surgir, aumentando a possibilidade de surgirem novos gestores da área de Educação Física e Esportes agregando valores e melhorando a gestão de políticas públicas em conjunto com outras áreas de interesse social no município.

Palavras-chave: gestão; educação física; políticas públicas.

Contato: educ21@yahoo.com.br

## GESTIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS DEPORTIVOS: UNA EXPERIENCIA MONTEVIDEANA

ACKERMANN, Nair; BONANNI, Mônica; CARNALES, Nelson  
Secretaría de Deportes Intendencia Municipal de Montevideo/Uruguay

**Introducción:** Durante el siglo XIX la inmigración en el Uruguay provoca un continuo flujo de personas provenientes de países preferentemente europeos. Estas familias se ubican en zonas cultibables y con corrientes de ríos que permiten su desarrollo. Esos lugares también son utilizados para encuentros sociales, deportivos, pues se busca mantener las raíces culturales dejadas en unas lejanas tierras. Esta participación de los colonos para resolver los problemas comunes, los acerca a acciones que llegan a nuestros días. Es así que se crean los campos deportivos de football, de recreo, o de juego. Estas tierras son hoy administradas a través de organizaciones deportivas, clubes que permiten a esta sociedad recrearse con expresiones deportivas multitudinarias. Al respecto dice el Arq. Aldo Barbieri: "...no sólo se trata de la planificación de los lugares físicos sino también la prospectiva de crecimiento vegetativo de la población de la zona o ciudad en relación a la utilización de las mismas...". Sistematizar, no es exclusivamente un resultante particular. Una política nacional para el desarrollo regional, zonal y local de la educación física, el deporte, la recreación y la vida con la naturaleza, que exige la realidad presente, con todos los antecedentes históricos (pasados y cercanos), nos pone a todos: educadores, técnicos, especialistas, deportistas, dirigentes, arquitectos, en un mismo plano de acción. **Objetivos:** Lograr una mejor gestión en el uso de los espacios públicos de carácter deportivo. Optimizar las instalaciones deportivas públicas, contemplando la intervención desde nuevos espacios no convencionales: espacios urbanos no abiertos o equipamientos cerrados polivalentes. Generar espacios de participación ciudadana, estableciendo criterios de sostenibilidad en el uso y disfrute de prácticas deportivas en espacios naturales. Fomentar el desarrollo de los procesos de gestión. **Experiencia Montevideana:** Se la formula como un primer intento de intervenir en la política deportiva de la ciudad de Montevideo con una Comisión Municipal formada el 22 DE Octubre de 1990 que desarrolla su labor hasta nuestros días. Se enmarca en el proceso de descentralización. Esta etapa propone una innovación en los procesos de gestión que ha venido desarrollando la comuna de Montevideo. Los objetivos de la Comisión son los siguientes: crear políticas de intervención en el área, priorizando la población de menores recursos, legislar sobre el uso de predios municipales cedidos a instituciones; coordinar con el movimiento deportivo aspectos del deporte departamental y nacional; participar activamente de las políticas sociales de la IMM. A través de que: se crearon cuatro programas docentes, barrial, adultos mayores, discapacitados y escuelas deportivas; se realizó un Censo de predios municipales cedidos en el año 2002; se creó una política de Eventos de trascendencia. Carreras En todas estas acciones se elabora una estrategia de trabajo con las instituciones deportivas de Montevideo ya que La Intendencia Municipal de Montevideo en trabajo con la Secretaría de Deportes, Comisión Mixta realiza convenios de gestión con clubes y Asociaciones de carácter deportivo, recreativo y cultural. Deben establecerse un pliego de condiciones en el que se detallan las competencias de cada una de las partes, las obligaciones de la entidad gestora, las condiciones

económicas e el plazo de vigencia del convenio condiciones de renovación. Lo ideal es que el municipio debe reservarse el control informativo de la gestión para programar el sistema deportivo general o plan Director de Deportes **Conclusiones:** Los espacios públicos brindan a la ciudadanía un vasto y fértil lugar de encuentro y de uso de sus tiempos de ocio. Las Instituciones con sus leyes y normas buscan regularlos para el disfrute de todos. Cuanto de ello se pudo realizar sin que, afectara la actividad de dichas instituciones. Los convenios, concesiones tienen contrapartidas? Para que son esas contrapartidas y con quienes se realizan? La sociedad controla su uso? Los ciudadanos están preparados en su gestión? En las respuestas se encuentra el camino a una mejor gestión del uso de los espacios públicos y a la planificación de las actividades.

Palavras-chave: participação, processos de gestão e inovação

Contato: nairdpte@adinet.com.uy

## **PROGRAMA SEGUNDO TEMPO: SEU DESENVOLVIMENTO NO MUNICÍPIO DE LONDRINA**

TOLEDO, Daniel  
Londrina/PR

**Introdução:** O Programa Segundo Tempo, uma parceria entre a Prefeitura do Município de Londrina e o Ministério do Esporte, através da Secretaria de Esporte Educacional, possibilita o acesso a prática esportiva a alunos matriculados em 50 estabelecimentos de ensino públicos do município de Londrina, sempre no contra turno escolar. **Objetivos:** Proporcionar aos beneficiados uma chance para a prática esportiva, principalmente nas áreas de maior vulnerabilidade social, fazendo com que a criança/adolescente passe mais tempo dentro do seu estabelecimento de ensino, promovendo uma interação entre comunidade e a escola. **Descrição da Experiência:** O Programa Segundo Tempo atende a aproximadamente 6000 crianças/adolescentes de 7 a 18 anos de idade distribuídos no município, utilizando de estagiários de Educação Física e Ciência do Esporte conveniado pelas Universidades do município. É realizado um trabalho de iniciação esportiva nas modalidades de Atletismo, Basquete, Futebol, Futsal, Ginástica Olímpica e Rítmica, Handebol e Voleibol, tanto no masculino como no feminino, sempre visando a integração da criança/adolescente proporcionando além de iniciação esportiva, momentos de lazer e fazendo com que os participantes passem menor tempo expostos a ociosidade. O Projeto apresenta uma supervisão com profissionais da área de Educação Física, para melhora do desempenho dos estagiários. **Principais Conclusões:** Percebe-se que a criança/adolescente passando a maior parte do tempo em seu Estabelecimento de Ensino melhora substancialmente a relação com o mesmo, propiciando bom desempenho escolar. Neste contexto, desperta na criança/adolescente o interesse em praticar uma modalidade esportiva, ajudando em seu desenvolvimento integral.

Palavras-chave: esporte social, esporte educacional.

Contato: [daniel@rantac.net](mailto:daniel@rantac.net)

## PROJETO FUTURO: UMA REALIDADE DENTRO DO ESPORTE LONDRINENSE

TOLEDO, Daniel  
Londrina/PR

**Introdução:** O Projeto Futuro foi criado para desenvolver atividades de iniciação esportiva nos bairros e distritos do município de Londrina. Com uma média de 7.000 atendimentos/mês, o projeto estimula a criança/adolescente a uma prática de uma modalidade esportiva como forma de lazer e integração social.

**Objetivo:** Retirar as crianças/adolescentes do ócio da vida cotidiana; Desenvolver habilidades motoras de base e de capacidades específicas; Promover a sociabilização entre os participantes. **Descrição de**

**experiência:** O Projeto funciona em 63 localidades dentro do município, onde acadêmicos dos cursos de Educação Física e Ciência do Esporte da UEL e UNOPAR realizam um trabalho de iniciação esportiva no contra turno escolar, com crianças na faixa etária de 7 a 17 anos, nas seguintes modalidades: Atletismo, Basquete, beisebol, Boxe, Capoeira, Dança, Futebol, Futsal, Ginástica Olímpica, Ginástica Rítmica, Handebol, Judô, Karatê, Natação, Taekwondo, Recreação, Voleibol, Vôlei de Areia e Xadrez, tanto no masculino como no feminino, supervisionados por profissionais habilitados que interagem no desenvolvimento. O Projeto permite que a comunidade desfrute de um programa sistematizado de uma modalidade esportiva sem ônus para a mesma. **Principais Conclusões:** Observa-se que o Projeto consegue oferecer uma atividade esportiva educacional onde a prioridade e a valorização do companheirismo e o respeito a cidadania. Além disso, oportuniza ao acadêmico de Educação Física experiência na realidade concreta, melhorando o seu crescimento profissional. Fazendo com que a criança e o adolescente pratiquem algum esporte, pode-se revelar algum talento esportivo.

Palavras-chave: projeto social, esporte educacional.

Contato: [daniel@rantac.net](mailto:daniel@rantac.net)

## **SISTEMA DE GESTÃO ESPORTIVA COMUNITÁRIA**

CARVALHO<sup>1</sup>, Denis de; SANTOS<sup>2</sup>, Andresa Mara de Castro

<sup>1</sup>UNISUL, Universidade do Sul;

<sup>2</sup>UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina – Florianópolis/SC

Mesmo com os grandes avanços tecnológicos na área de gestão esportiva, existe ainda um distanciamento entre a conquista desta excelência através do governo, dos pesquisadores e investidores e a receptividade desta pelas comunidades municipais que estão na base da pirâmide social. E a própria expansão dos debates e os benefícios bio-psico-sociais comprovados nas manifestações da atividade física aumentam esse distanciamento, criando ainda mais dificuldades para os gestores envolvidos nos mais diversos projetos sociais e empresariais. Esta apresentação tem como intenção demonstrar um método que pode se tornar um padrão no controle e distribuição de diretrizes, que auxilie os gestores a contribuírem para a ampliação da qualidade da Gestão Esportiva no Brasil, tendo como ponto de referência às secretarias municipais que refletem a realidade das comunidades. Esse estudo teve início em 2001 e foi realizado em 4 etapas. Na primeira etapa, foi realizada uma pesquisa documental; na segunda etapa, uma pesquisa descritiva de campo, colhendo informações das comunidades e a atual situação da Gestão Esportiva das secretarias municipais de esportes das cidades brasileiras; na terceira etapa, sob a supervisão de uma equipe multidisciplinar, foi planejado um sistema segmentado, para melhorar a qualidade do gerenciamento desportivo desde o rendimento até a reabilitação humana, passando pela capacitação profissional, pela prevenção e também o lazer comunitário; e na quarta fase, que está em andamento, buscam-se subsídios para o desenvolvimento dos programas que vão atender o sistema proposto, assim como obter apoio público para a implantação de um projeto piloto de Gestão Esportiva Comunitária em uma região, com a supervisão e parceria desta equipe de pesquisa, centrada em um núcleo de consultoria e capacitação. Com base nas três primeiras etapas, pôde-se concluir que através de uma organização monitorada, é possível conquistar essa aproximação das realidades citadas, aplicar racionalmente os investimentos e dar continuidade aos projetos para obter um ganho real na melhoria da qualidade de vida social.

Palavras-chaves: atividade física, secretarias municipais de esportes brasileiras, sistema de gestão esportiva comunitária.

Contato: aristeudenis@terra.com.br



## **TRIBUNAIS DE JUSTIÇA DESPORTIVA: UM ESTUDO SOBRE A SUA NECESSIDADE E EFICIÊNCIA**

SILVEIRA<sup>1</sup>, Luiz Carlos Fernandes da; SILVEIRA<sup>2</sup>, Julio Cezar Fernandes da

<sup>1</sup>Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE. Stadium Sport & Marketing.

<sup>2</sup>Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO. Faculdade Guairacá – SESG.

**Introdução:** As competições esportivas tornaram-se a cada dia mais acirradas, ocorrendo muitas vezes infrações regulamentares e disciplinares na busca da vitória, sendo em muitos casos necessária, a criação de órgãos disciplinares que buscam através da aplicação de penalidades aos infratores, evitar a prática de novas infrações. **Objetivo:** O presente estudo de caráter descritivo transversal objetivou investigar a percepção dos técnicos sobre a necessidade e eficiência do Tribunal Especial de Justiça Desportiva em competições oficiais, e, o entendimento sobre os objetivos da penalidade aplicada. **Metodologia:** A amostra foi constituída por 30 (trinta) Profissionais de Educação Física, atuantes nos Jogos Oficiais do Paraná (Jogos Abertos e Jogos da Juventude), sendo 18 (dezoito) do gênero masculino e 12 (doze) do feminino, oriundos de 12 (doze) diferentes cidades. Para a coleta de dados utilizou-se um questionário constituído por 11 (onze) questões, sendo 05 (cinco) fechadas e 06 (seis) mistas, construído e *a posteriori* validado através dos procedimentos descritos pela literatura. Os dados foram analisados através de estatística descritiva, distribuição de frequência e percentual, apresentados através de gráficos e tabelas. **Resultados:** Os principais resultados obtidos foram: a) Grande parte dos entrevistados (85%) têm conhecimento sobre a existência de um órgão disciplinar; b) Aproximadamente 65% têm conhecimento de alguma punição aplicada pelo supracitado órgão julgante; c) Houve unanimidade sobre a necessidade de um órgão disciplinar nas competições oficiais; d) Grande parcela (85%) acredita que as penalidades aplicadas aos infratores possuem um caráter retributivo; e) Aproximadamente 80% entende a penalidade como um instrumento preventivo; f) Cerca de 75% entende que a penalidade contribui para a reabilitação do infrator; g) A maioria absoluta acredita ser necessária a apreciação de condutas anti-desportivas pelo Tribunal de Justiça Desportiva. **Conclusões:** Conclui-se que é necessária a presença de um órgão disciplinar em competições esportivas, buscando-se retribuir a conduta infracional, prevenir a prática de novas infrações e reabilitar o infrator.

Palavras-Chave: profissional de educação física, justiça desportiva.

Contato: silveira@fsnet.com.br

## **ESTUDO DO PERFIL DE LIDERANÇA DOS GESTORES ESPORTIVOS**

SONOO, Christi Noriko, MORAES, Valcir  
Universidade Estadual de Maringá, PR

Em todas as organizações existe gestão, qualquer que seja a sua dimensão e natureza, portanto, é eminente a importância da liderança no contexto esportivo. Os estudos parecem proporcionar importantes qualidades ou componentes do comportamento do líder esportivo, assim como, sugerem que a liderança tem uma relação com a efetividade da organização. No entanto, para poder estudar esta influência, faz-se necessário compreender a liderança a partir da identificação do perfil do mesmo nas organizações desportivas. Assim, o presente estudo teve como propósito identificar o perfil da liderança nas diferentes organizações desportivas na cidade de Maringá. Teve como amostra 37 gestores de organizações privadas (academias de ginástica) e instituições públicas (centros esportivos e clubes sociais), tendo 22 do sexo masculino e 15 do sexo feminino. Como instrumento de medida foi utilizado um questionário construído a partir das categorias encontradas por Sonoo (1999) compreendidas em cinco dimensões de estudo. Os resultados mostram que os gestores apresentam as cinco dimensões de forma equilibrada, tendo dimensões de conduta autocrática e democrática menos acentuada que outras dimensões. Os homens parecem mais preocupados com a instrução e treinamento e utilizam-se mais de conduta autocrática no comando de sua organização. Por seu lado, as mulheres são mais suscetíveis a uma conduta de apoio e ajuda aos membros da organização que dirige e é menos autoritária comparada aos homens. Ao comparar o perfil de gestores de organizações privada e pública observa-se que os gestores de academias apresentam conduta autocrática mais acentuada que de clubes e associações. No geral, é possível dizer que os gestores das organizações esportivas da cidade de Maringá parecem possuir um perfil adequado para ocupar a importante função de liderança que tem a responsabilidade e compromisso de gerir a saúde daqueles que freqüentam as suas dependências.

Palavras-chave: perfil de liderança, gestor esportivo, organizações esportivas.

Contato: [cnsouoo@uem.br](mailto:cnsouoo@uem.br)

## GESTÃO NO NÚCLEO DE ESPORTES E LAZER DO CENTRO EDUCACIONAL UNIFICADO (CEU) INÁCIO MONTEIRO- UM FOCO NA LIDERANÇA

FERREIRA, Elton Nunes  
Centro Educacional Unificado Inácio Monteiro, São Paulo/SP

Este relato de experiência, visa compreender todo o processo de início da gestão e construção da identidade do Núcleo de Esportes e Lazer (NE) do CEU Inácio Monteiro, no bairro de Cidade Tiradentes, periferia de São Paulo. Na avaliação do Coordenador Elton N. Ferreira, esse processo se deu em duas etapas de formatação e implantação, com a problemática de o CEU ser um equipamento totalmente novo e de não haver modelos de gestão esportiva municipal, perfeitamente aplicável ao NE. Numa chamada primeira fase da gestão do NE, contávamos com 10 Técnicos de Educação Física (TEF's), atuando através de contrato de trabalho, além de estagiários e voluntários. Este cenário se configurou até o término de Agosto de 2004 (fim dos contratos) e protagonizou o início da construção da identidade do NE, com a implantações das **Ações Bases**, que seriam os cursos esportivos e as atividades de lazer aos fins de semana e os atendimentos às Escolas do CEU. Após uma organização do NE, iniciou-se as **Ações Extras**: os eventos, as parcerias e as ações de governo. A gestão do NE ao término dessa primeira fase se mostrava falha, devido a situações como : vícios de modelos antigos de gestão esportiva (Clubes Municipais); pouca motivação profissional no desenvolvimento das Ações; e a falta do sentimento de pertencimento dos TEF's, em relação ao CEU. A chegada dos TEF's efetivos se deu em Setembro de 2004, e o cenário estava propenso as mesmas situações de falhas da primeira fase de gestão do NE, assim formatamos outro cenário de gestão do NE. Nessa nova fase traçamos um planejamento horizontal e participativo das ações do NE, tornando todos protagonistas das ações do NE do CEU Inácio Monteiro. A coordenação teve um enfoque em **Liderança de Grupo**, sempre de evidenciando os direitos e deveres de todos no processo. Os resultados dessa gestão, foram a solidificação da identidade do NE do CEU Inácio Monteiro, com a alta produtividade e a qualidade das Ações. Com uma equipe de TEF's mais coesa, bom sentimento de pertencimento ao CEU, e ótima motivação no planejamento e execução das ações do NE. Conclui-se que implantar um modelo (novo) de gestão de um NE de CEU's, poderá incorporar muitas críticas, aversões, a qualquer ação da gestão do NE, por não existir modelos perfeitamente aplicáveis aos NE's dos 21 CEU's da Cidade. Tornar o plano de ação mais participativo, orgânico e horizontal, juntamente com a eficácia do processo de informações e "feedbacks" positivos das ações, elogios constantes e incentivo a valorização profissional, foram fatores de extremo sucesso da segunda fase da gestão do NE do CEU Inácio Monteiro.

Palavras-chave:

Contato: professor\_elton@hotmail.com

# INDÍCIOS DE LIDERANÇA TRANSFORMACIONAL EXERCIDA POR TREINADORES NACIONAIS DE TÊNIS DE MESA

<sup>1</sup> VILANI, Luiz Henrique Porto; <sup>2</sup> SAMULSKI, Dietmar Martin  
<sup>1</sup> Confederação Brasileira de Tênis de Mesa  
<sup>2</sup> Universidade Federal de Minas Gerais

Gerenciar, dirigir ou liderar uma equipe esportiva, muitas vezes demanda uma estrutura muito mais complexa do que a simples relação de treinamento, assimilação e execução de ordens técnicas e táticas voltadas ao objeto final do processo, a competição. As instabilidades e mudanças que ocorrem neste sistema, podem afetar sensivelmente o rendimento dos atletas, bem como a produtividade de uma organização esportiva. Nos anos mais recentes, um grande interesse com relação à transformação das organizações tem levado líderes a fazerem grandes esforços para mudar a estrutura e os processos de todas as formas de organizações, adequando-se às novas necessidades do mercado. Para a eficácia deste processo, é requerida uma forte liderança nos cargos mais altos das organizações. As pessoas que se enquadram neste perfil de transformação, dentro de uma perspectiva empreendedora útil e inovadora, são denominados líderes transformacionais. Em organizações esportivas tem se percebido que os objetivos e metas organizacionais produzem um efeito cascata desde a presidência, passando pelos cargos de direção, treinadores e chegando aos atletas como uma cascata (de cima para baixo). O efeito cascata significa a transformação organizacional por meio da influência do líder em todos os níveis hierárquicos de sua organização. Comparando-se os objetivos e metas de treinadores (n=10) e seus respectivos atletas (n=64) por meio de uma categorização específica e da análise da frequência de respostas similares, o presente estudo buscou identificar indícios de liderança transformacional em treinadores nacionais de Tênis de Mesa. Os dados foram coletados por meio de um formulário específico que solicitava aos treinadores e atletas a descrição dos 3 principais objetivos e as 3 principais metas na carreira. 73.17% (atletas) e 84% (treinadores) dos objetivos e metas estavam associados à categoria de conquistas/realizações, 21.14% (atletas) e 16% (treinadores) à satisfação/emoções, e 5.69% (atletas) à integração social. Os resultados indicaram que dos 10 treinadores analisados, 3 apresentaram frequências entre 61 e 66,7% de respostas coincidentes com seus respectivos atletas no que se refere à principal categoria, conquistas/realizações. Estes resultados, embora sendo preliminares a um estudo específico da liderança transformacional, apresentam indícios de que os treinadores possam exercer uma sensível influência nos objetivos e metas de seus atletas, por representarem percentuais elevados (acima de 60%). Logo, este pode ser um importante componente para análise de processos mais profundos de estudos futuros sobre organizações esportivas e comportamento organizacional no esporte.

Palavras-chave: liderança transformacional, treinadores, tênis de mesa.

Contato: vilani@cbtn.org.br

## **LÍDERES FEMININAS EM ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS: TENDÊNCIAS NACIONAIS E MUNDIAIS**

GOMES, Euza Maria de Paiva Gomes; MURÃO, Ludmila  
Programa de Pós-graduação *strictus sensu* da Universidade Gama Filho/RJ

A Associação Internacional de Educação e Esportes para meninas e mulheres, em agosto de 2005 realiza na Universidade de Alberta- Canadá, um encontro com a temática: a liderança feminina no esporte. Este encontro busca discutir como as organizações esportivas são estruturadas, e sua relação com a exclusão das mulheres e ou a manutenção das dificuldades para que elas ascendam a posições de poder e influência – aspectos estes que interpelam e desafiam os estudos acadêmicos a compreender mais profundamente a dinâmica que se estabelece entre as relações de gênero e a questão da divisão do poder nas estruturas das principais instituições gestoras do esporte. A mudança no cenário esportivo de quase exclusividade masculina, no sentido de uma distribuição de poder entre mulheres e homens, demanda a adoção de uma política de capacitação em gênero, com a definição e implantação de medidas afirmativas para a igualdade de oportunidades. Para superar esta realidade, o Comitê Olímpico Internacional recomendou aos Comitês Olímpicos Nacionais e em geral a todos os organismos desportivos que fazem parte do Movimento Olímpico, uma meta de inclusão de 20% de mulheres em seus quadros administrativos até 2005. O objetivo do presente estudo é analisar a representação feminina em relação à liderança nas organizações esportivas no cenário nacional e internacional. Neste sentido depara-se com os seguintes questionamentos: Qual o quadro atual acerca da participação feminina na administração do esporte no Brasil? Onde atuam as mulheres na liderança esportiva brasileira sobretudo se considerarmos os cargos de “dirigentes esportivas”? Como está representada a liderança feminina em organizações esportivas nacionais e internacionais? Foi realizado um levantamento nos sites oficiais: do Ministério dos Esportes, do Comitê Olímpico Brasileiro e suas entidades esportivas (Confederações filiadas e vinculadas, e as federações estaduais), do Comitê Paraolímpico e das Secretarias Estaduais Extraordinárias de Esporte. Nosso trabalho busca contribuir de forma original para a informação e documentação da pesquisa nesta área do conhecimento, visto que, trata-se do primeiro *survey* em âmbito nacional, que pretende mapear e analisar a representação e a participação das mulheres em cargos de comando da gestão do esporte e suas tendências mundiais.

Palavras-chave: liderança feminina, gestão do esporte, representação e participação.

Contato: euzagomes@hotmail.com

## **PERFIL DO GESTOR PÚBLICO DE ESPORTES DOS CENTROS EDUCACIONAIS UNIFICADOS (CEU'S) DE SÃO PAULO – BRASIL**

BASTOS, Flávia da Cunha<sup>1,2</sup>; FERNANDES, Rociney Gonçalves<sup>2</sup>; BELLANGERO, Daniel Ambrosio<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Professora Assistente do Departamento de Esporte da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

<sup>2</sup> Grupo de Estudos e Pesquisa em Administração Esportiva - GEPAE  
Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo

O perfil do gestor público de esportes tem sido pouco estudado no país (Azevedo; Barros, 2004; Bastos, 2003). Segundo Constantino (1994), a modernização da gestão e administração desportiva é um dos pilares para o bom desenvolvimento de uma política desportiva municipal. Quanto aos quadros da gestão, em especial à gestão pública, o perfil acadêmico e profissional adequado às tarefas de administração e gestão do desporto deveria conter alguma especialização em gestão desportiva e ter capacidade administrativa, dominar os conhecimentos das áreas de Educação Física, Esportes e da Administração (Constantino, 1994; López López, 2001; Peña, 2001; Zingoni, 2003). Os CEU'S foram implantados entre 2003 e 2004 na periferia da cidade com proposta de gestão inovadora, com atividades integradas de educação, cultura, lazer, esporte e recreação. O presente estudo teve como objetivo caracterizar o perfil do gestor público dos CEU'S (Coordenador do Núcleo e Coordenador de Projetos, com atribuições e competências diferenciadas). Foi aplicado questionário (validado por Medalha, 1982 e Bastos et al., 2004), com questões fechadas e abertas sobre o perfil do gestor e características do cargo, aos 44 gestores dos 21 CEU'S da cidade durante capacitação em administração esportiva na EEFUEUSP. A maioria dos gestores é do sexo masculino (66%), é casado ou vive em união de fato, e tem até 39 anos. Todos os gestores têm formação superior e carga horária de trabalho de 40 h semanais. Todos possuem formação superior em Educação Física ou Esporte, e 40,90% têm curso de especialização, dos quais um possui especialização em Administração e Marketing Esportivo. 51,45% declararam ter experiência anterior como gestor e 48,15%, não ter. A maioria é ou foi praticante de alguma atividade física e/ou esportiva, com predomínio de praticantes sem vínculo com Federação Esportivas. As variáveis idade, vida esportiva e experiência anterior apresentaram resultados semelhantes a estudos similares no Brasil e em outros países (Azevedo; Barros, 2004, Homem, 2002a, 2002b; López López; Luna-Arocas, 2000; Mário, 2004). O diferencial encontrado foi quanto à formação acadêmica em Educação Física e Esporte. Estes resultados permitem concluir que a formação na área foi critério de seleção da administração municipal, que forneceu capacitação específica em administração pública e gestão esportiva.

Palavras-chave: gestão esportiva; administrador esportivo; gestor público

Contato: flaviacb@usp.br

## RELAÇÕES PRELIMINARES ENTRE A GESTÃO ESPORTIVA E O PROFISSIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA

VIEIRA, Tiago Perez; STUCCHI, Sergio  
UNICAMP–GEEL( Grupo de Estudos do Esporte de Lazer)/SP

**Resumo:** Este é um trabalho preliminar de projeto de mestrado, que consiste em analisar alguns conceitos de gestão esportiva, chegando na caracterização do gestor específico da área de atividades físicas. **Introdução:** Atendendo uma demanda causada pela implementação dos meios de produção com o avanço das tecnologias, que interferem cada vez mais no lazer, é necessário fazer melhores delimitações da gestão esportiva em relação a conceitos e novos estudos como para a caracterização de perfis de profissionais para essa área. **Objetivos:** Temos como objetivo analisar os conceitos de gestão esportiva, trazendo para a ótica da Educação Física e de seus profissionais, visões de gestão que abarquem as atividades físicas na alta-competição, na educação, no lazer e como mercadoria. **Metodologia:** Realizou-se uma revisão da literatura específica, analisando os conceitos Gestão Esportiva e Perfil Profissional, relacionando a área de Gestão Esportiva com a Educação Física conhecida por nós. **Conclusões preliminares:** Ao pesquisar sobre Gestão Esportiva, encontra-se, devido à bibliografia específica disponível ser escassa e restrita. Há poucas áreas de concentração de estudos na Educação Física, e as muitas publicações das Ciências Administrativas, concentram-se nas questões do fenômeno das atividades físicas como negócio e mercadoria. Há, por exemplo, a denominação de MULLIN *apud* ZOUAIN e PIMENTA (2003), na gestão das atividades físicas que tem como primeiro objetivo promover as atividades esportivas, produtos e serviços, com ênfase nas funções de planejamento, organização, direção e controle. Em paralelo, a definição de Da Costa L. P. (2005), que denomina a gestão como uma organização racional e sistemática das atividades físicas e esportivas, dentro de uma entidade ou grupos que fazem acontecer essas atividades, propõe também gestão para alto nível ou participação popular, ocasional ou regular e práticas de lazer e saúde. Trazendo essa discussão para as preocupações da Educação Física, estabelece-se um conceito de gestão deste profissional e, certamente, nos assemelharemos com a denominação de Da Costa L. P. (2005), que interpreta como gestão esportiva, as funções gerenciais relacionadas a atividades físicas e para identificar as particularidades dessas atividades, o gestor tem que suprir todas as necessidades técnicas para um bom desempenho qualitativo. Nesse caso, voltamo-nos para o profissional de Educação Física, que tem a sua formação voltada para o conhecimento dos meandros das atividades físicas na sociedade de modo geral. No perfil do profissional proposto por ZOUAIN e PIMENTA (2003), são identificadas características necessárias no gestor que devem ser desenvolvidas no educador físico em parceria com o administrador que busca especializar-se no conhecimento do mundo dos esportes para reconhecer o ambiente das atividades físicas.

Palavras-chave: educação física, gestão, esporte.

Contato: tiagoperezv@yahoo.com.br

## A FIGURA DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO CLUBE ESPORTIVO VOLTADO PARA O ALTO RENDIMENTO

OTT, Patrícia Rodrigues  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

**Introdução:** A profissionalização no esporte vem crescendo consideravelmente nos últimos anos. O número de profissionais envolvidos neste espetáculo, termo hoje utilizado como sinônimo de rendimento é cada vez maior, e um deles é o Relações Públicas (RRPP). **Objetivo:** Buscando compreender melhor este fenômeno, o presente estudo, de corte qualitativo, buscou conhecer a realidade deste profissional em clubes esportivos que apresentem uma estrutura voltada para o esporte de rendimento/espetáculo, identificando quais os benefícios para o esporte trazidos por ele, e sua possível aproximação junto à comissão técnica. **Metodologia:** Foram realizadas entrevistas com os RRPP de quatro clubes representativos regional e nacionalmente quanto ao esporte de rendimento em Porto Alegre, para a partir de seus relatos entender o papel deste profissional nos clubes esportivos. **Conclusões:** Através da revisão bibliográfica e da fala dos entrevistados, pode-se concluir que existe um grande afastamento deste profissional com o esporte dentro dos clubes. Seu envolvimento com esta área se dá apenas indiretamente através da divulgação de resultados, tratamento de imagem e ações de marketing. Mesmo não desprezando estas funções, que são fundamentais para a obtenção de resultados no esporte em um clube, acredito que um trabalho interno específico dentro da comissão técnica, que facilitasse a harmonia de seus integrantes, promovendo um ambiente mais favorável entre estes e os atletas através de canais de comunicação mais efetivos, poderia ser desenvolvido.

Palavras-chave: esporte de rendimento, relações públicas, marketing esportivo

Contato: [pati\\_ott@yahoo.com.br](mailto:pati_ott@yahoo.com.br)



## **A IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA AO MARKETING DE RELACIONAMENTO PARA A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES DE ACADEMAIS DE GINÁSTICA**

MARTINS, Marcel Gandra  
FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado/SP

A conscientização sobre a importância da atividade física para a saúde, além dos benefícios estéticos gerados, tem levado muitas pessoas a procurar um serviço ou instituição especializada, como as academias de ginástica. Conseqüentemente a oferta está maior e mais diversificada, potencializando a concorrência nesse segmento. Com maior concorrência verifica-se também a volatilidade dos clientes e a necessidade de criar uma cultura ou sistema que auxilie na retenção dos mesmos. O marketing de relacionamento pode então, ser visto como uma possível solução. O objetivo desse estudo foi estabelecer relações entre as características do público freqüentador de academias e a importância que o mesmo atribui para o marketing de relacionamento, direcionado à fidelização. A amostra foi composta por 248 (duzentos e quarenta e oito) freqüentadores de academias de ginástica de São Paulo, praticantes de atividade física por mais de seis meses. Esse grupo respondeu um questionário composto por 20 (vinte) questões, cujas respostas foram alternativas e dissertativas. Através dos resultados analisados, pôde-se caracterizar a amostra (71,3% solteiro, 89,2% entre 15 e 40 anos, 81,7% com grau de instrução completo ou incompleto e distribuição de 59,25% de mulheres para 40,7% de homens) e concluir que os clientes de academias de ginástica atribuem elevado grau de importância aos “profissionais” da academia, seguidos de “atendimento”, “preço”, e “segurança”. Sendo assim, as estratégias de marketing adotadas pelas academias, devem levar esses itens em consideração, e acima de tudo envolver todos os níveis hierárquicos da empresa, no intuito de aumentar a qualidade percebida pelos clientes. Outro dado interessante é que uma parcela desse público troca de academia devido ao “atendimento”, mostrando novamente o valor de um elemento do marketing de relacionamento. A boa utilização desses elementos, pode promover vantagem competitiva sustentável para as academias de ginástica. Dessa forma cabe às empresas “escutar a voz do cliente” (grifo meu) e planejar seus investimentos em treinamentos internos, valorizando seus profissionais, para que os mesmos possam educar os clientes sobre o real valor do serviço.

Palavras-chave: marketing de relacionamento, fidelização de clientes, academias de ginástica.

Contato: marcelgandra@yahoo.com.br

**AÇÕES DE MARKETING DESENVOLVIDAS PELA EQUIPE  
UNIFIL/LONDRINA/SERCOMTEL PARA O INÍCIO DA LIGA PETROBRAS  
DE HANDEBOL MASCULINO**

TEIXEIRA, Bruno Faria Junho; SÁVIO, Thiago José  
HAAS, Luiz Gustavo Nascimento  
Universidade Estadual de Londrina e Instituto Catarinense de Pós Graduação

Trata das ações de marketing desenvolvidas pela equipe UniFil/Londrina/Sercomtel para o início do IX Campeonato Brasileiro de Handebol, que neste ano adquiriu o nome de Liga Petrobrás. Este estudo apresenta as ações desenvolvidas pelo Departamento Técnico da equipe com os seguintes objetivos: aumentar a captação de recursos, melhorar a interação da equipe com os torcedores e popularizar o esporte na região. Para atingir as metas propostas foram desenvolvidas estratégias dentre as quais destacam-se a reformulação no projeto de venda de publicidade estática, a criação do mascote, a elaboração de um material gráfico contendo informações sobre os atletas e a competição, venda de camisetas oficiais do torcedor que proporciona acesso livre em todas as partidas realizadas em Londrina, além da realização de eventos com os atletas em diversos locais na cidade. Com a análise destes dados é possível verificar a importância das ações de marketing esportivo dentro de equipes de alto rendimento.

Palavras-Chave: marketing esportivo; handebol.

Contato: brunofaria71@hotmail.com

# **ANÁLISE DAS VARIÁVEIS QUE INFLUENCIAM NA DIFERENTE EXPOSIÇÃO DE MÍDIA DO BASQUETEBOL E VOLEIBOL FEMININO BRASILEIRO.**

TEIXEIRA, Bruno Faria Junho; SÁVIO, Thiago José;  
HAAS, Luiz Gustavo Nascimento  
Universidade Estadual de Londrina e Instituto Catarinense de Pós Graduação

Este estudo apresenta variáveis que influenciam na diferente exposição de mídia do basquetebol e voleibol feminino brasileiro nos últimos anos. Apesar de possuírem resultados semelhantes nos últimos Campeonatos Mundiais e Olimpíadas, fator esse considerado como um dos principais requisitos para o desenvolvimento de um esporte, essas modalidades demonstram diferentes índices de exposição de mídia. Variáveis como a cobertura jornalística realizada na conquista dos principais títulos, a diferença significativa dos resultados obtidos pelas equipes masculinas, a frequência de realização de competições internacionais assim como os fatores culturais relacionados a padrões de beleza e as diferentes políticas administrativas das respectivas Confederações são apontadas como as principais explicações. Desta forma, a análise destas variáveis comprova que o sucesso da gestão esportiva depende de fatores internos quanto externos.

Palavras-chave: mídia; basquetebol; voleibol.

Contato: brunofaria71@hotmail.com

## **ANÁLISE DO MARKETING ESPORTIVO COMO FONTE DE RENDA NO FUTEBOL E SUA INFLUÊNCIA NO BRASIL**

PASCOALATO, Ana Carolina Alves Ferreira; BERCHIELLI, Camila Pelicano;  
ZARDINI FILHO, Carlos Eugenio; KAIHAMI, Mauricio Fujii  
Universidade Estadual de Londrina - Londrina/PR

Segundo Sissors e Bumba (2001), uma imagem representa sentimentos, atividades, opiniões e fatos com relação ao meio. Em todos os esportes, essa imagem é utilizada como ferramenta de marketing. No futebol isso se torna mais evidente devido ao grande capital circulante e números de clubes existentes. Este estudo tem por objetivos analisar como os dez clubes mais ricos do mundo utilizam o marketing esportivo (seus métodos) como fonte de renda e quanto isto gera de retorno financeiro para os próprios clubes. São utilizados para estes valores o faturamento da temporada 2003/2004. Os dados foram obtidos através de revistas, literatura disponível e Internet. A justificativa do trabalho se da pela atual necessidade dos clubes de futebol investirem no seu marketing, em virtude da grande competitividade extracampo de se atrair torcedores/consumidores. Por certo, o uso do marketing nesses clubes gera um retorno tão eficaz que a estrutura do projeto destes serve de modelo para os clubes de futebol brasileiro, os quais aos poucos caminham para o pleno desenvolvimento de seu marketing esportivo. De acordo com Carlos Eduardo Ferreira, muitos torcedores compram ações de seus clubes do coração apenas pelo valor sentimental, o que reflete na eficácia de seus planos de marketing. Assim, neste trabalho que ainda esta sendo concluído, se mostra essencial o investimento correto em um bom plano de marketing para manter ou conquistar mais consumidores, obtendo um maior lucro e desenvolvimento no futebol.

Palavras-chave: marketing, futebol e renda.

Contato: [krlos\\_tinhoso@yahoo.com.br](mailto:krlos_tinhoso@yahoo.com.br)

## ANÁLISE DO PATROCÍNIO ESPORTIVO EM CATANDUVA

ROSSI, Tiago; SALLA, Fabrício  
ESEFIC-Catanduva/SP

A maioria dos esportes vive de patrocínio basicamente, e muitas empresas investem em patrocínio objetivando negócios. Segundo Melo Neto(2000) a empresa patrocinadora é o grande investidor do esporte. É dela que vem os recursos financeiros para custear as despesas de promoção e realização de eventos esportivos e preparação de atletas. O presente estudo objetiva a análise crítica da situação e da dificuldade de equipes esportivas da cidade de Catanduva-SP para conseguir patrocínio. Para tal levantamento, foram utilizados métodos de pesquisa fechada com questionário objetivo endereçado ao departamento de marketing e publicidade das 15 empresas economicamente mais influentes da cidade de Catanduva-SP, com população estimada em 150 mil habitantes. Do total de 15 empresas analisadas, somente 2 se utilizaram de ações de patrocínio esportivo em suas metas de marketing e publicidade em 2005, sendo que as respectivas empresas confirmaram retorno satisfatório em tais investimentos e pretendem continuar investindo nesta prática. Das 13 empresas restantes que não se utilizaram do marketing esportivo, 7 desconhecem as principais vantagens de apostar nos esportes para alavancar suas marcas, mas mostram interesse em levantar tal estudo, enquanto as 6 finais, admitem ter conhecimento das vantagens do marketing esportivo, mas em contrapartida, 4 optam pelo marketing direto e 2 preferem a mídia televisiva como meio de propaganda da marca. Conclui-se portanto, que o esporte amador e profissional da cidade de Catanduva, não pode contar atualmente com o patrocínio efetivo de empresas locais devido à falta de interesse das mesmas neste tipo de investimento.

Palavras-chave: patrocínio, esporte, marketing.

Contato: [tirossi@itelefonica.com.br](mailto:tirossi@itelefonica.com.br)

## **ESTRATÉGIA DE PATROCÍNIO NO ESPORTE: O CASO DO XV DE NOVEMBRO DE PIRACICABA**

CALCIDONI, Alexandre; MORENO, José Carlos de Almeida;  
BRAGATO, Ivelise Rasesa; SPERS, Eduardo Eugênio  
UNIMEP – Piracicaba/SP

**Introdução:** O crescimento do esporte e da indústria esportiva em todo mundo é fator estimulador para o desenvolvimento econômico, social e cultural de uma sociedade. Este estudo abordou a temática da estratégia de patrocínio no esporte. **Objetivos:** Teve como objetivos caracterizá-lo no Brasil nos últimos anos, analisar sua influência no desenvolvimento do esporte no Brasil, verificar quais os resultados desse investimento e um estudo de caso sobre o patrocínio do esporte no município de Piracicaba, especificamente no E.C. XV de Novembro de Piracicaba. **Metodologia:** Foram coletadas informações documentais de fontes históricas do município e do Acervo Rocha Netto. Foi realizada entrevista em profundidade com profissional do esporte do município. As informações foram analisadas de forma sistemática, relatando os diferentes períodos do patrocínio do clube. **Resultados:** Os resultados indicam que a parceria é fundamental para o clube estudado. Embora de caráter exploratório, o estudo contribui para o entendimento da dinâmica de funcionamento da estratégia de patrocínio do esporte.

Palavras-chave: estratégia de patrocínio; marketing esportivo; clubes de futebol.

Contato: irbragato@carpa.ciagri.usp.br

## **ESTUDO DO PATROCÍNIO NO GRÊMIO CATANDUVENSE DE FUTEBOL**

ROSSI,Tiago; SALLA,Fabrcio  
ESEFIC-Catanduva/SP

O futebol vive de patrocínio basicamente, e pequenas equipes têm dificuldade de manter-se sem o apoio de empresas, esta afirmação justifica nosso estudo. Esta produção científica tem por propósito analisar as principais dificuldades e barreiras a qual enfrenta a equipe do Grêmio Catanduvense de Futebol em sua atual gestão 2003-2005, sediado em Catanduva-SP. Para atingir tais objetivos foi efetuado levantamento de dados sobre o clube junto ao departamento de finanças do Grêmio e posterior pesquisa aberta com dirigentes e colaboradores do mesmo. O clube conta com despesas fixas de R\$ 35 mil mensais, sendo que 50% deste total são destinados à folha de pagamento de jogadores e equipe técnica, e os outros 50% para custeio de manutenção do clube. Conta com receita de parceria e patrocínio equivalente à R\$ 18 mil/mês, e o déficit no orçamento é compensado com ajuda de colaboradores (pessoas físicas), promoções, renda de público e venda de produtos esportivos. Conclui-se então, que a principal e urgente dificuldade enfrentada pelo Grêmio Catanduvense de Futebol, que participa de campeonatos pela divisão A4, é a falta de patrocínio e credibilidade comprometida pelas gestões anteriores, atravancando seu fortalecimento e sua conseqüente ascensão para as divisões A3 e A2.

Palavras-chave: futebol, patrocínio, colaboradores.

Contato: [tirossi@itelefonica.com.br](mailto:tirossi@itelefonica.com.br)

## MARKETING ESPORTIVO: A EFICÁCIA DO ENDOSSO DE ATLETAS A PRODUTOS ESPORTIVOS

PETERSEN-WAGNER, Renan; REPPOLD FILHO, Alberto Reinaldo  
Escola de Administração da UFRGS (PPGA-UFRGS)/RS

**Introdução:** O presente estudo focaliza a eficácia do endosso de atletas a produtos esportivos. Trata-se de um trabalho de revisão da literatura sobre as teorias da área do marketing esportivo a respeito das intenções de compra baseadas em associações diretas entre atletas e bens de consumo. **Metodologia:** Foram analisados 57 artigos publicados em periódicos internacionais, abrangendo áreas como Marketing, Psicologia, Publicidade e Propaganda, Educação Física e Sociologia. A análise do material indicou que existem teorias que suportam a assertiva de que atletas são bons endossantes para produtos esportivos. A teoria do Modelo da Fonte afirma que através da confiabilidade, da atratividade e da *expertise* pode-se estabelecer o perfil do endossante para determinado produto. De acordo com essa teoria, a dimensão que mais produz resultado na intenção de compra é a *expertise* que o endossante tem sobre o produto. Esta teoria é corroborada pela “*match-up hypothesis*” que afirma que um bom endossante é aquele que tem um alto “*fit*” entre o produto e sua profissão. Já, a teoria da Transferência de Significado, afirma que no endosso realizam-se passagens de significados do endossante para os produtos e destes para o consumidor. **Conclusões:** Pode-se afirmar a existência de eficácia do endosso de atletas aos materiais utilizados no esporte que praticam, dada a condição de “*expertise*” e alto “*fit*” entre eles e este produto. Além disso, endossando certos materiais, atletas associariam aos produtos suas imagens de saúde, rendimento e sucesso, reforçando através destas características o posicionamento do produto no mercado.

Palavras-chave: marketing; endosso; comportamento do consumidor.

Contato: rpwagner@ea.ufrgs.br



## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM CLUBES SOCIAIS: UM ESTUDO DESCRITIVO DE ADERÊNCIA

SILVEIRA, Julio Cezar Fernandes da; SILVEIRA, Luiz Carlos Fernandes da; VITORASSI, Jackson  
Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO. Faculdade Guairacá – SESG.  
Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE.

**Introdução:** A utilização de serviços de esporte e lazer parece estar relacionada a fatores determinantes de sua prática ou fruição, porém, a literatura apresenta poucos trabalhos diagnósticos referentes aos fatores determinantes de aderência, especialmente em clubes sociais. **Objetivo:** O presente estudo de caráter descritivo transversal objetivou investigar os fatores determinantes de aderência e frequência de associados às instalações do clube, considerando as variáveis: gênero, faixa etária e, renda mensal. **Metodologia:** A amostra foi constituída por 45 (quarenta e cinco) pessoas, associadas de um dos três clubes sociais existentes em Marechal Cândido Rondon – Paraná, sendo 38 (trinta e oito) do gênero masculino e 7 (sete) do feminino. Para a coleta de dados utilizou-se o questionário proposto por Luna e Rocas (1999) constituído de 26 (vinte e seis) assertivas, devidamente traduzido, adaptado e validado. Os dados foram analisados através de estatística descritiva, distribuição de frequência e percentual, apresentados através de gráficos e tabelas. **Resultados:** Os principais resultados obtidos foram: a) A aderência feminina é aproximadamente cinco vezes menor que a masculina; b) Os fatores motivacionais determinantes de aderência do gênero masculino são: a necessidade pessoal, o contato social e a busca de exercícios físicos; no feminino são: a necessidade pessoal e a imagem corporal. c) A frequência de associados é maior entre indivíduos com idade superior a 41 (quarenta e um) anos; d) Os associados mais jovens frequentam o clube em busca de contato social, enquanto as demais faixas etárias buscam a satisfação de uma necessidade pessoal, existindo uma crescente busca pela prática de exercícios físicos relacionados com a idade; e) Quando relacionamos aderência e renda mensal, os fatores determinantes de frequência são muito heterogêneos, os associados de menor renda buscam satisfazer uma necessidade pessoal e ampliar o contato social, enquanto os de maior renda buscam além da necessidade pessoal e do contato social a busca de uma melhor imagem corporal e a prática de exercícios físicos. **Conclusões:** Diante dos resultados obtidos podem ser feitas diversas inferências, as principais que determinaram a mudança no planejamento estratégico dos clubes investigados foram: a criação de academias de ginástica buscando atingir de maneira efetiva o público feminino e, a promoção mensal de eventos esportivos e culturais voltados para a faixa etária compreendida entre 35 e 50 anos.

Palavras-Chave: marketing, aderência, clubes sociais.

Contato: silveira@fsnet.com.br

## ORGANIZAÇÃO NO ESPORTE: BREVE ANÁLISE DE IMPACTOS DO TERMO 'ORGANIZAÇÃO' NOS TEXTOS DA LEGISLAÇÃO

NETTO, Sidney; PUGA, Alberto; LIBERATO, Almir  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM

**Introdução:** O termo Organização tem origem no grego “organon”, que significa instrumento, utensílio. A noção de organização apresenta dois significados: (a) por um lado designa unidades e entidades sociais tais como fabricas, bancos, a Administração Pública. Aqui a Organização é entendida como uma constituição física, uma entidade conscientemente coordenada, gozando de fronteiras relativamente delimitadas, que funciona numa base relativamente contínua, tendo em vista a realização dos objetivos. Por outro lado (b), o mesmo termo designa certas condutas sociais, ou seja, o ato ou efeito de organizar, a função administrativa, tais como: o ato de organizar as atividades dentro dessas Organizações, a integração dos diversos membros de uma unidade coerente, a movimentação de recursos (humanos e físicos). Desde a edição do Decreto-Lei Nº 3.199, de 14 de abril de 1941, que instituiu o Conselho Nacional de Desportos (CND), destinado a orientar, fiscalizar e incentivar a prática dos desportos em todo o País, estabelecendo as bases de organização dos desportos, que a *mens legis* busca resposta a partir dos textos legislativos a almejada organização!

**Objetivo:** Analisar a freqüência e a utilização do termo organização nos principais textos da legislação desportiva em vigor, com base na técnica de análise de conteúdo. **Descrição da experiência:** O termo organização passa a ser uma busca incessante de concretude do fenômeno no esporte. Percebe-se que há um decréscimo do emprego do termo desde a edição da Lei Nº 6.251 de 8 de outubro de 1975. A palavra organização, no sentido de organizar (função administrativa) aparece 32 vezes no texto do Decreto e aparece 6 vezes com o sentido de Unidade Administrativa Lei nº 8.672/93 A palavra organização aparece 11 vezes com o sentido de função administrativa, organizar. LEI Nº 9.615, de 25 de março de 1998A palavra organização aparece 12 vezes com o sentido de função administrativa. **Principais conclusões:** A compreensão da comunidade desportiva demonstra que a organização não decorre e nem promana de textos legislativos, mas, a incorporação dos valores intrínsecos e extrínsecos do fenômeno desportivo.

Palavras-chave: gestão do esporte, organização do esporte, legislação do esporte.

Contato: [snetto@ufam.edu.br](mailto:snetto@ufam.edu.br)