

A importância das expectativas e da qualidade percebida na satisfação e lealdade dos membros de clubes de rugby: estudo aplicado à região de Lisboa

The importance of expectations and perceived quality in the satisfaction and loyalty of rugby club members: a study applied to the Lisbon region

La importancia de las expectativas y la calidad percibida en la satisfacción y lealtad de los miembros de los clubes de rugby: un estudio aplicado a la región de Lisboa

Margarida Mascarenhas 

Faculdade de Motricidade Humana, Universidade de Lisboa, Portugal e Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being, Universidade do Algarve, Portugal – margaridab@fmh.ulisboa.pt

Luís Carvalho 

Faculdade de Motricidade Humana, Universidade de Lisboa, Portugal – luismfcarvalho9@gmail.com

Rute Martins 

Research Centre for Tourism, Sustainability and Well-being, Universidade do Algarve, Portugal – rimartins@ualg.pt

Resumo

O objetivo deste estudo foi analisar as relações existentes entre a qualidade percebida, as expectativas, a satisfação e a lealdade dos membros de clubes de rugby da região de Lisboa, com base numa adaptação do American Customer Satisfaction Index (ACSI). A recolha de dados aos membros dos clubes foi feita com base no questionário Customer Service Quality (CSQ). A amostra é constituída por 261 membros de quatro clubes de rugby da região de Lisboa. A análise de dados foi feita com recurso a modelos de equações estruturais, apoiado pelo software R. Os resultados corroboraram a relação direta e positiva entre: as expectativas e a qualidade percebida; a qualidade percebida e a satisfação dos consumidores; a satisfação e a lealdade dos consumidores. Os resultados acrescentaram a validação da relação, direta e positiva, entre as expectativas e a lealdade dos membros dos clubes de rugby, revelando-se um contributo teórico para o modelo ACSI. Os achados deste estudo são determinantes para um maior conhecimento dos fatores implicados aos clubes de rugby relativamente à satisfação e retenção dos seus membros.

Palavras-chave: Comportamento do consumidor desportivo; Expectativas dos consumidores; Lealdade dos consumidores; Qualidade percebida; Satisfação dos consumidores.

Abstract

The objective of this study was to analyse the existing relationships between perceived quality, expectations, satisfaction, and loyalty of members of rugby clubs in the Lisbon region, based on an adaptation of the American Customer Satisfaction Index (ACSI). Data collection from club members was based on the Customer Service Quality (CSQ) questionnaire. The sample consists of 261 members of four rugby clubs in the Lisbon region. Data analysis was performed using structural equation models, supported by the R software. The results corroborate the direct and positive relationship between expectations and perceived quality; perceived quality and consumer satisfaction; consumer satisfaction and loyalty. In addition, a direct and positive relationship between the expectations and loyalty of members of rugby clubs was validated, proving to be a theoretical contribution to the ACSI model. The findings of this study are crucial for a greater understanding of the factors involved in rugby clubs concerning the satisfaction and retention of their members.

Keywords: Consumer Expectations; Consumer Loyalty; Consumer Satisfaction; Perceived Quality; Sport Consumer Behaviour.



Resumén

El objetivo de este estudio fue analizar las relaciones existentes entre la calidad percibida, las expectativas, la satisfacción y la lealtad de los miembros de clubes de rugby en la región de Lisboa, basándose en una adaptación del American Customer Satisfaction Index (ACSI). La recopilación de datos de los miembros de los clubes se realizó mediante el cuestionario Customer Service Quality (CSQ). La muestra consiste en 261 miembros de cuatro clubes de rugby de la región de Lisboa. El análisis de datos se llevó a cabo mediante modelos de ecuaciones estructurales, con el respaldo del software R. Los resultados confirmaron la relación directa y positiva entre las expectativas y la calidad percibida; la calidad percibida y la satisfacción de los consumidores; la satisfacción y la lealtad de los consumidores. Además, en este estudio se validó la relación directa y positiva entre las expectativas y la lealtad de los miembros de los clubes de rugby, lo que constituye una contribución teórica al modelo ACSI. Los hallazgos de este estudio son determinantes para un mayor conocimiento de los factores implicados en los clubes de rugby en relación con la satisfacción y retención de sus miembros.

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor deportivo; Expectativas de los consumidores; Lealtad de los consumidores; Calidad percibida; Satisfacción de los consumidores.

Introdução

A incorporação da atividade desportiva nos estilos de vida das pessoas, de forma regular, tem vindo a produzir um importante fenómeno social. O desporto passou a ser um meio de aceitação e prestígio, um símbolo do próprio *status* e de êxito em assuntos económicos (García, 2015). O desporto converteu-se num setor de grande importância, cuja repercussão no setor do turismo, aliado ao aumento de praticantes, o torna num negócio cada vez mais relevante (Serrano-Gómez, 2013), onde acresce a necessidade de programas inovadores tendo em vista o desenvolvimento dos clubes desportivos, bem como o aumento da satisfação dos respetivos consumidores.

Bojanic, Kozina e Tunjic (2016) confirmam que a qualidade de um produto afeta de forma direta a quota de mercado, a satisfação dos consumidores e a sua lealdade. Neste processo, o consumidor e a sua opinião sobre a qualidade de um produto são fundamentais na avaliação de um serviço, na predominância da lealdade e da qualidade do serviço final (Castillo-Rodriguez, Onetti-Onetti, & Chinchilla-Minguet, 2019). As atividades desportivas exigem bons treinadores e impulsionadores da prática, boas infraestruturas, mas também a criação de estratégias inovadoras capazes de melhorar os seus serviços com base na análise dos seus consumidores. O conhecimento das necessidades e dos interesses do consumidor permitirá que os clubes de rugby possam adaptar melhor a sua oferta de produtos e serviços, implementando estratégias para atrair novos clientes e reter os atuais, cujo *design* deve ser específico para cada nicho, tendo sempre em mente elevados padrões de qualidade (Millar & Doherty, 2018).

O objetivo deste trabalho foi estudar a relação entre a qualidade percebida, as expectativas dos consumidores, a satisfação e a lealdade dos consumidores de clubes de rugby da região de Lisboa, através de uma adaptação do American Customer Satisfaction Index (ACSI).

Revisão da Literatura

Qualidade de Serviço

A qualidade relativa à experiência de um serviço engloba dois conceitos: a perceção do cliente e as suas expectativas (García, 2015). O conceito de qualidade é considerado fundamental para o sucesso das organizações e respetiva fidelização de clientes (Castillo-Rodriguez et al., 2019).

A qualidade de serviço pode resultar da comparação e discrepância existente entre a experiência e as expectativas do consumidor (Lee, Backman, & Backman, 2018). Os gestores dos clubes desportivos devem encontrar estratégias vantajosas para o seu serviço, com as adaptações necessárias de acordo com o nicho populacional a que é dedicado o produto/serviço final (García, 2015). Desta forma, a qualidade do serviço torna-se uma condicionante para aumentar a competitividade do mercado (Cham, Cheah, Ting, & Memon, 2022). Esta competitividade obriga a que a qualidade do serviço seja fundamental para os consumidores, gerando elevados níveis de satisfação e contribuindo para a fidelização dos mesmos (Gálvez-Ruiz et al., 2021). Desta forma, é importante estudar a qualidade percebida de um serviço e estabelecer a sua relação com a satisfação dos consumidores, bem como, a sua lealdade. A qualidade de serviço assenta na relação entre os consumidores e as organizações desportivas onde o marketing relacional se torna um dos principais fatores que aumentam a lealdade dos consumidores (Yoshida, 2017); de acordo com este autor, a qualidade de serviço, no que diz respeito à experiência do consumidor, pode ser considerada um complemento do produto/serviço, onde se inclui o atendimento, acesso às instalações, entre outras. A gestão da qualidade pode ser orientada por: (a) uma perspetiva interna, focada nos padrões de serviço; ou (b) uma perspetiva externa, onde são analisadas as expectativas de satisfação dos seus clientes (Álvarez-García, González-Vázquez, Del Río-Rama, & Durán-Sánchez, 2019).

American Customer Satisfaction Index (ACSI)

O ACSI foi concebido pela necessidade de medir o funcionamento ou desempenho de um serviço/produto, baseando-se na análise dos consumidores, seja através de experiências passadas, seja através das respetivas expectativas adjacentes (Fornell, 1992); o autor defende que este é um modelo confiável para obter *feedback* sobre os serviços fornecidos, permitindo aos responsáveis organizacionais detetar onde melhorar e o que melhorar, bem como aperfeiçoar a sua tomada de decisão relativamente ao aumento de qualidade dos serviços.

A adaptabilidade e robustez do ACSI permitem a avaliação de vários contextos de produtos e serviços, fornecendo informações relevantes sobre os antecedentes e consequências da satisfação dos consumidores (Rew, Jung, & Lovett 2020). O modelo permite verificar relações de causa-efeito, estudando as suas dimensões, tanto separadamente como em conjunto, elegendo-o como uma ferramenta útil para os gestores. Segundo Fornell, Johnson, Anderson, Cha, e Bryant (1996), neste modelo, as expectativas dos consumidores e a qualidade percebida são antecedentes da satisfação; não obstante, as reclamações e a lealdade destes consumidores são consequências da satisfação.

Assim, o ACSI tanto pode ajudar a perceber aquilo que os consumidores desejam e opinam sobre os produtos/serviços, como auxiliar a analisar os objetivos das organizações, de forma a compreender se estão alinhados com as expectativas dos consumidores.

Qualidade Percebida

A qualidade percebida do serviço tem sido definida como uma avaliação global do consumidor quanto à superioridade do serviço, resultante da comparação entre as suas expectativas e perceções quanto ao desempenho do serviço consumido (García-Pascual, Molina García, & Mundina Gómez, 2019; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). Esta perspetiva é também defendida por Hult, Morgeson, Morgan, Mithas, e Fornell (2017), os quais consideram que a qualidade percebida do serviço é uma avaliação mensurável dos clientes, cuja relação com as expectativas é obtida por meio de experiências anteriores do consumo, sabendo que as perceções são a impressão pessoal do consumidor e respetiva interpretação do serviço prestado; neste sentido, os autores defendem que os clientes percebem cada serviço de maneira pessoal e emocional.



O crescente interesse em conhecer a percepção dos consumidores quanto ao grau da qualidade dos serviços desportivos que lhes são prestados representa uma das principais ferramentas das organizações para conhecerem as características dos seus clientes. Conhecer o perfil dos consumidores (atuais e potenciais), bem como as suas necessidades e interesses, é um fator determinante para alcançar uma maior competitividade por meio do incremento da qualidade (Vega-Chica & Molina Mármol, 2018), fornecendo aos gestores informações relativas aos seus clientes e a forma como estes estão distribuídos pelos vários contextos sociais, económicos e culturais dentro dos ambientes desportivos. De certo modo, a percepção da qualidade é entendida como uma avaliação que se relaciona com a forma através da qual os indivíduos classificam cognitivamente uma organização (Lock, Filo, Kunkel, & Skinner, 2015).

Como comprovado por Serrano-Gómez et al. (2020), há dimensões que influenciam diretamente a qualidade percebida, nomeadamente: os recursos humanos (profissionalismo da equipa); dimensão organizacional (planeamento, gestão de recursos, liderança e organização); e infraestruturas e espaço da prática desportiva. Desta forma, deve ser cumprida a especificidade do nicho populacional com que se trabalha diariamente. Ajustar a intervenção dos clubes, concretamente o seu serviço e a forma como é entregue, deve ter em conta a melhoria da sua qualidade através de estratégias adaptadas a esses mesmo consumidores (Cebamanos, Bargalló, Cruces, & Nuviala, 2018).

A dimensão humana e a dimensão organizacional do serviço são o eixo principal sobre o qual assenta a qualidade percebida, mesmo para além das instalações ou, ainda, do próprio espaço de jogo (Serrano-Gómez et al., 2020). Tais constatações implicam que é crucial conferir mais ênfase às políticas de seleção e formação contínua, às estratégias de planeamento dos recursos dos clubes e planificação dos mesmos, embora não descurando a manutenção e inovação de instalações para que os membros de um clube possam usufruir de uma melhor acomodação aquando da utilização dos serviços.

Satisfação do Consumidor

A oferta de serviços de alta qualidade é um caminho fundamental e crucial para o desenvolvimento da satisfação dos consumidores (Biscaia, Correia, Yoshida, Rosado, & Marôco, 2013). A satisfação de um cliente, face a um produto/serviço, resulta de uma experiência de serviço (Tsitskari, Antoniadis, & Costa, 2014). A satisfação tornou-se um objeto de estudo na gestão do desporto de forma a medir a qualidade do serviço (Xiao, Ren, Zhang, & Ketlhoafetse, 2019), sendo esta uma dimensão associada à lealdade dos consumidores e rentabilidade financeira, uma vez que os consumidores satisfeitos têm maior probabilidade de repetir a compra dos produtos (Biscaia, Correia, Rosado, Maroco, & Ross, 2012). Assim, a satisfação pode ser definida como o grau de contentamento face a um serviço resultante da avaliação geral dos consumidores, com base na relação entre a experiência do serviço e as suas expectativas (Magaz-González, Sahelices-Pinto, Mendaña-Cuervo, & García-Tascón, 2020; Ngo, Mai, Siguaw, & Jory, 2023), implicando que a qualidade percebida do serviço é um dos primeiros determinantes da satisfação (Fornell et al., 1996). A orientação para o cliente, melhorias contínuas e esforços para atingir bons níveis de qualidade e, conseqüentemente, maior satisfação dos consumidores, aparecem como o caminho para alcançar a sustentabilidade económica e sobrevivência dos clubes desportivos (Serrano-Gómez et al., 2020). De modo a evitar os abandonos nas atividades desportivas e privilegiar a fidelização dos clientes, é fundamental proporcionar serviços e produtos com maior qualidade e que estabeleçam um índice de satisfação capaz de contrariar as desistências dos consumidores (García-Pascual et al., 2019). A melhoria da qualidade do serviço prestado, de acordo com a percepção do consumidor, conduz a uma maior satisfação, aumentando a sua lealdade (Costa, Pereira, Martins, & Mascarenhas,

in press), o que pode influenciar a decisão de manter ou abandonar a prática dessa atividade desportiva (Fernández-Martínez et al., 2020).

Expetativas do Consumidor

As expectativas são definidas por Johnston e Clark (2008) como aquilo em que se acredita ser provável, ou que vai acontecer, isto é, derivam do que os consumidores esperam que seja o retorno de um serviço contratado, tendo em conta a sua qualidade. Robinson (2006) defende que as expetativas são influenciadas por fatores como a informação prévia que os clientes têm sobre as organizações e o conhecimento que os consumidores adquirem dos serviços que estão a contratar. As expectativas podem ser equacionadas como uma zona de tolerância do cliente. A importância desta zona serve para medir até que ponto os clientes podem aceitar a variação da qualidade do serviço dentro de uma faixa de desempenho, bem como qualquer aumento ou diminuição no desempenho, sem contribuir para uma alteração acentuada das suas perceções. Somente quando o desempenho se move para fora dessa faixa é que poderá ter um efeito real na qualidade percebida do serviço (Biscaia, Rosa, Moura e Sá, & Sarrico, 2017).

O posicionamento das expetativas dos consumidores, dentro de um intervalo do que é tolerável ou intolerável, sofre a influência de vários fatores, tais como: preço dos produtos/serviços alternativos; o marketing; boca-a-boca; experiências anteriores; atitudes dos consumidores; e confiança na empresa / organização (Johnston & Clark, 2008). Neste sentido, Robinson (2006) propõe algumas medidas importantes a adotar no sentido de ajustar as expetativas dos consumidores quanto aos serviços prestados, designadamente: (a) estratégias de melhoria da qualidade do serviço; (b) segmentação do mercado de acordo com expetativas para atender às necessidades dos consumidores; (c) educação do consumidor através da sua inclusão, aumentando a sua participação no clube de forma a perceber as necessidades do mesmo e expondo-o a tudo o que pode ser oferecido por esse mesmo clube; e (d) comunicação, sendo que um clube que promete um produto com maior qualidade fomenta um maior nível de expetativas sobre os seus consumidores, e por isso, todas as informações transmitidas no momento do consumo devem ser tratadas com especial cuidado.

Hashim, Jaini, Jamaluddin, e Chek Sulaiman (2017) consideram que as expetativas têm uma relação direta e positiva com a qualidade percebida, influenciada pelas experiências passadas dos clientes. Acresce ainda a relação entre as expetativas e a satisfação (Hashim et al., 2017), a qual pressupõe a vantagem para os responsáveis pelos serviços em entender e influenciar as expectativas dos seus clientes para garantir um serviço que atenda ou possivelmente exceda essas expectativas. Se, como resultado, os clientes estiverem satisfeitos, é mais provável que se tornem clientes regulares, com uma disposição positiva sobre o serviço / produto oferecido (Biscaia et al., 2012).

Lealdade do Consumidor

A lealdade é o comportamento dos consumidores que envolve a utilização constante de produtos ou serviços ao longo do tempo (Hult et al., 2017). A lealdade é entendida como um ponto fulcral na continuidade de um serviço, sendo apontadas várias razões para o aumento da retenção de clientes, tais como a diminuição de alternativas ao serviço utilizado, a resistência à persuasão de fornecedores concorrentes e as recomendações boca-a-boca (Biscaia et al., 2017). Zeithaml, Bitner, e Gremler (2006) defendem que as organizações desportivas devem ter uma preocupação para com a avaliação da lealdade dos consumidores, pois a sua retenção gera benefícios económicos para as organizações, ou seja, a margem de lucro das entidades aumenta quanto maior for a preocupação em garantir a lealdade dos seus consumidores. Neste contexto, a lealdade é o resultado de uma



estratégia de longo prazo que leva à construção de uma imagem de consistência de ação, comportamento ético e responsabilidade social (Biscaia et al., 2017). Assim, a qualidade do serviço está associada não apenas com o sucesso das organizações desportivas, mas também com a fidelização dos consumidores (Castillo-Rodriguez et al., 2019).

Coelho e Vilares (2011) avançam com alguns indicadores que podem medir a lealdade dos consumidores, tais como: (a) o tempo de ligação com as organizações; (b) a recomendação desta organização a terceiros; (c) a possibilidade de haver preferência por serviços da concorrência; (d) a alteração do padrão de compra; e (e) a adequação dos preços cobrados, considerando os preços praticados pela concorrência.

Na sequência do exposto, este estudo propôs quatro hipóteses (H_1 , H_2 , H_3 e H_4), baseadas no ACSI (Fornell et al., 1996), relacionando as dimensões relativas às expetativas, qualidade percebida do serviço, satisfação e lealdade do consumidor:

H_1 : As expetativas têm um efeito direto e positivo sobre a qualidade percebida do serviço.

H_2 : As expetativas têm um efeito direto e positivo sobre a satisfação.

H_3 : A qualidade percebida do serviço tem um efeito direto e positivo sobre a satisfação.

H_4 : A satisfação exerce uma influência direta e positiva sobre a lealdade do consumidor.

Metodologia

Recolha de Dados

A recolha de dados aos membros dos clubes teve como base o questionário utilizado por Costa et al. (in press) na medição da qualidade do serviço em campos de golfe. O questionário é composto por quatro dimensões: Expectativas sobre a qualidade dos serviços do campo de rugby, composto por 21 itens; Qualidade percebida dos serviços do clube de rugby, composto por 21 itens; Lealdade do consumidor, composto por 12 itens; Satisfação, com apenas uma pergunta. O questionário incorpora ainda 14 itens com vista à caracterização sociodemográfica e da prática desportiva. A adaptação do questionário foi auxiliada por um painel de especialistas (Cid, Rosado, Leitão, & Alves, 2012) pertencentes à Federação Portuguesa de Rugby (FPR). O questionário foi aplicado através da plataforma *Google Forms*, tendo sido enviado pelos diretores de cada clube de rugby aos respetivos membros por e-mail. Num total de 940 questionários enviados, 261 foram respondidos, correspondendo a uma taxa de resposta de 27%.

Amostra

Este estudo foi realizado junto de clubes de rugby da zona de Lisboa com infraestruturas próprias para a prática desta modalidade. Entre todos os clubes registados na região de Lisboa, apenas cinco cumprem os requisitos necessários para serem incluídos nesta investigação, tendo, neste estudo, participado quatro clubes de rugby. Assim, foram recolhidos 261 questionários, aplicados aos membros de clubes de rugby; a amostra é composta por indivíduos maioritariamente do sexo masculino, residentes em Lisboa, onde exercem atividade profissional, com formação superior (Tabela 1).

Tabela 1.
Caraterização Social e Demográfica da Amostra

	n	%
Género		
Masculino	208	79.7
Feminino	53	20.3
Concelho de residência		
Lisboa	168	64.4
Oeiras	48	18.4
Amadora	11	4.2
Outros	34	13.0
Concelho onde trabalha		
Lisboa	188	72.0
Oeiras	36	13.8
Não respondeu	3	1.1
Habilitações literárias		
Ensino Básico	14	5.4
Ensino Secundário	47	18.0
Licenciatura	126	48.3
Pós-Graduação	32	12.3
Mestrado	39	14.9
Doutoramento	3	1.1
Situação profissional		
Empregado	135	51,8
Estudante	66	25.3
Profissional Liberal	42	16.1
Empresário	9	3.4
Desempregado	5	1.9
Reformado	2	0.8
Trabalhador-Estudante	1	0.4
Outros	1	0.4

As principais razões para ser membro do clube é ser atleta e familiar de atletas (Tabela 2). A maior parte dos membros tem mais de 5 anos de filiação com o clube (58,6%) e o seu local de residência fica a menos de 10 km do clube (75.1%). A maioria dos membros frequenta o clube mais



de 4 vezes por mês (73.9%) e utiliza as instalações até 3 horas (83.1%) aos dias úteis e fins de semana (68.6%), sendo que a maior utilização do campo ocorre após as 18h (85.4%).

Tabela 2.

Caracterização da Prática Desportiva da Amostra

	n	%
Principal razão para ser membro do clube		
Atleta	115	44.1
Familiar	84	32.2
Treinador	31	11.9
Cargo Diretivo	22	8.4
Adepto	9	3.4
Tempo de filiação no clube		
Menos de 1 mês	13	5.0
Mais de 1 mês e menos de 6 meses	9	3.4
Mais de 6 meses e menos de 1 ano	4	1.5
Mais de 1 ano e menos de 2 anos	21	8.0
Mais de 2 anos e menos de 5 anos	61	23.4
Mais de 5 anos	153	58.6
Distância da residência ao clube		
Inferior a 5 km	103	39.5
Superior a 5 km e inferior a 10 km	93	35.6
Superior a 10 km e inferior a 20 km	47	18.0
Superior a 20 km e inferior a 40 km	12	4.6
Superior a 40 km	6	2.3
Distância do local de trabalho ao clube		
Inferior a 5 km	75	28.7
Superior a 5 km e inferior a 10 km	103	39.5
Superior a 10 km e inferior a 20 km	60	23.0
Superior a 20 km e inferior a 40 km	19	7.3
Superior a 40 km	4	1.5
Frequência de utilização das instalações do clube		
Menos de uma vez por mês	12	4.6
Entre 1 a 2 vezes por mês	22	8.4
Entre 3 a 4 vezes por mês	34	13.0
Mais de 4 vezes por mês	193	73.9

Tempo despendido nas instalações do clube por utilização		
Menos de 2 horas	93	35.6
Entre 2 a 3 horas	124	47.5
Entre 3 a 4 horas	19	7.3
Mais de 4 horas	25	9.6
Frequência semanal das instalações do clube		
Dias úteis e fins de semana	179	68.6
Dias úteis	58	22.2

Tratamento e Análise de Dados

A análise de dados foi realizada com os programas SPSS, versão 28.0, e software R, versão 4.2.2, com o pacote Lavaan (Rosseel, 2012). A distância de Mahalanobis (Hubert & Van Der Veeken, 2008) foi utilizada para avaliar a existência de *outliers*. A avaliação das hipóteses de investigação foi feita com recurso a modelos de equações estruturais. O pressuposto da normalidade foi aferido pelo critério de assimetria (sk) <3 e curtose (ku) <7 (Kline, 2016), evidenciando a inexistência de violações severas ao referido pressuposto da normalidade da distribuição. O ajustamento dos modelos foi avaliado pelos índices χ^2 , Tucker Lewis index (TLI>0.90), comparative fit index (CFI>0.90) e root mean square error of approximation (RMSEA< 0.07), conforme recomendações de Jackson, Gillaspy, e Purc-Stephenson (2009). A fiabilidade compósita foi avaliada com base no critério do valor mínimo de 0.70 (Fornell & Larcker, 1981). A variância média extraída (AVE) avaliou a validade convergente pelo critério do valor mínimo de 0.50 (Fornell & Larcker, 1981). Para a avaliação da validade discriminante foi utilizado o rácio de correlações heterotrait-monotrait (HTMT), tendo como critério o valor mínimo de 0.85 (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015). O nível de significância considerado foi de 5%. Finalmente, todos os itens que apresentaram problemas para a identificação do modelo, ou obtiveram uma carga fatorial < 0.5, foram retirados.

Resultados

Todos os itens incluídos em cada dimensão apresentaram valores de assimetria e curtose dentro dos critérios estabelecidos para a demonstração da ausência de violações graves ao pressuposto da normalidade (Tabela 3). As cargas fatoriais padronizadas foram todas superiores a 0.50.

Tabela 3.

Propriedades da Distribuição dos Itens Incluídos em Cada Dimensão

	M	DP	sk	ku	λ
Qualidade percebida					
Limpeza das instalações	3.82	1.08	-0.44	-0.84	0.899
Informações e normas	3.67	1.09	-0.35	-0.72	0.913
Relação qualidade/preço	3.83	1.06	-0.49	-0.82	0.724
Qualidade/preço loja	3.28	1.13	-0.04	-0.89	0.804



	M	DP	sk	ku	λ
Normas Respeitadas	4.07	0.94	-0.82	0.04	0.701
Características do campo de rugby	4.10	0.96	-0.94	0.36	0.764
Manutenção	3.73	1.12	-0.47	-0.60	0.965
Ponto de água	3.67	1.18	-0.51	-0.66	0.931
Página Web	3.23	1.26	-0.15	-0.97	0.929
Expectativas do consumidor					
Limpeza das instalações	4.66	0.67	-1.99	3.22	0.519
Informações e normas	4.44	0.84	-1.38	1.14	0.593
Relação qualidade/preço	4.38	0.81	-1.08	0.28	0.561
Qualidade/preço loja	4.25	0.94	-1.28	1.33	0.705
Normas Respeitadas	4.68	0.66	-1.91	2.39	0.532
Características do campo de rugby	4.58	0.71	-1.76	2.72	0.585
Manutenção	4.55	0.73	-1.61	1.99	0.606
Ponto de água	4.53	0.79	-1.77	2.80	0.611
Página Web	4.46	0.80	-1.47	1.86	0.552
Lealdade					
Relatar aspetos positivos a outras pessoas	4.64	0.66	-1.60	1.16	0.580
Recomenda o clube a outra pessoa	4.73	0.61	-2.13	3.05	0.575
Encorajar família a ser membro	4.36	0.96	-1.33	0.80	0.560
Primeira opção como clube de rugby	4.61	0.77	-1.90	2.81	0.654
Continua ligado ao clube nos próximos anos	4.64	0.69	-1.82	2.22	0.544
Independente do preço continua a ser membro	3.85	1.27	-0.80	-0.50	0.634
Satisfação	8.81	1.03	-0.98	3.25	1.029

Legenda: (M) Média; (DP) Desvio padrão, Assimetria (sk), Curtose (ku) e Carga fatorial padronizada (λ).

A fiabilidade compósita (ω) obteve valores superiores a 0.70 na qualidade percebida, expectativas do consumidor e lealdade (Tabela 4), o que comprova a boa fiabilidade interna dos constructos. A variância média extraída foi de 0.608 para a qualidade percebida, 0.574 para as expectativas do consumidor e 0.478 para a lealdade, comprovando a sua validade convergente. Os valores de HTMT foram inferiores a 0.85 em todos os fatores, cumprindo o critério da validade divergente.

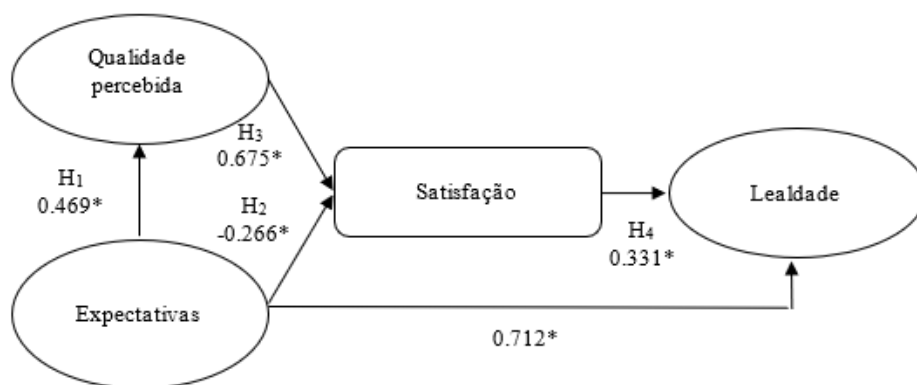
Tabela 4.
Fiabilidade, Validade Convergente e Validade Divergente

HTMT				
ω	AVE	Qualidade	Expectativas	Lealdade

	percebida			
Qualidade percebida	0.931	0.608	-	0.425
Expectativas	0.921	0.574	-	0.565
Lealdade	0.825	0.478	-	-

A qualidade do ajustamento do modelo de medida foi aceitável, $\chi^2_{(270)}=548.655$, CFI=0.930, TLI=0.922, RMSEA=0.066. De igual modo, a qualidade do ajustamento do modelo estrutural foi também aceitável, $\chi^2_{(270)}=549.042$, CFI=0.930, TLI=0.923, RMSEA=0.066, validando as hipóteses H₁, H₃ e H₄. O modelo proposto explica 44.2% ($R^2=.442$) da lealdade. As hipóteses H₁, H₃ e H₄ foram confirmadas (Figura 1), uma vez que foi observado um efeito positivo e estatisticamente significativo das expectativas do consumidor para com a qualidade percebida (H₁), da qualidade percebida para com a satisfação do consumidor (H₃) e da satisfação do consumidor para com a lealdade (H₄). Adicionalmente, foi encontrada uma relação estatisticamente significativa das expectativas do consumidor para com a lealdade ($\beta=0.712$, $p<0.001$). Por seu turno, a hipótese H₂ não foi confirmada, tendo sido verificado um efeito negativo e estatisticamente significativo das expectativas do consumidor para com a satisfação do consumidor (H₂: $\beta=0.331$, $p<0.001$).

Figura 1.
Modelo Hipotetizado



Note. *- Significant for $p < 0.05$.

O efeito das expectativas do consumidor na lealdade mediado pela satisfação do consumidor não foi não significativo (Tabela 5). Pelo contrário, o efeito da qualidade percebida na lealdade através da satisfação do consumidor ($\beta=0.207$, $p<0.001$) foi positivo e estatisticamente significativo, tal como, o efeito das expectativas do consumidor na satisfação do consumidor através da qualidade percebida ($\beta=0.260$, $p<0.001$).

Tabela 5.
Resultado da Análise aos Coeficientes das Relações do Modelo Hipotetizado

	β	Sig.	Decisão
H ₁ : Expectativas do consumidor → Qualidade percebida	0.469	<0.001	Suportada
H ₂ : Expectativas do consumidor → Satisfação	-0.266	<0.001	Não Suportada
H ₃ : Qualidade percebida → Satisfação	0.675	<0.001	Suportada



H ₄ : Satisfação do consumidor → Lealdade	0.331	<0.001	Suportada
Expectativas do consumidor → Lealdade	0.712	<0.001	Suportada
Expectativas do consumidor → Satisfação do consumidor → Lealdade	0.024	0.382	Não suportada
Qualidade percebida → Satisfação → Lealdade	0.207	<0.001	Suportada
Expectativas do consumidor → Qualidade percebida → Satisfação	0.260	<0.001	Suportada

Discussão

O modelo aplicado neste estudo foi adaptado do ACSI, corroborando a relação positiva e significativa entre as expectativas dos consumidores com a qualidade percebida; a relação positiva e significativa entre a qualidade percebida e a satisfação dos consumidores; e a relação positiva e significativa entre a satisfação e a lealdade dos consumidores. Por outro lado, não foi validada a relação direta e positiva entre as expectativas e a satisfação dos consumidores.

Este modelo pode servir como uma ferramenta de apoio para os diretores dos clubes de rugby e / ou outros clubes desportivos melhor avaliarem e adaptarem os seus serviços com base na opinião dos consumidores. A melhoria da qualidade do serviço poderá ser uma das bases para aumentar a lealdade dos consumidores e a quota de mercado (Naghi-Pour Givi, Hossein Monazzami, Mohamadi Turkmani, & Mirfallah Nassiri, 2021). Deste modo, o modelo analisado neste estudo é importante para justificar e auxiliar a reformulação de estratégias, por parte dos responsáveis dos clubes desportivos, com vista à prossecução de objetivos inerentes ao crescimento das respetivas quotas de mercado. O modelo conseguiu explicar 44% da lealdade, sendo este valor considerado como um bom indicador da capacidade explicativa dos modelos aplicados às ciências sociais (Cohen, 2013). Desta forma, este estudo pode auxiliar a tomada de decisão de diretores dos clubes de rugby de forma a orientar o seu serviço de acordo com os seus consumidores, atingindo elevados níveis de qualidade, e consequentemente, lealdade (Serrano-Gómez et al., 2020), incrementando a rentabilidade financeira.

Os resultados obtidos neste estudo indicam um efeito positivo e estatisticamente significativo das expectativas do consumidor para com a qualidade percebida (H₁). Este efeito é igualmente defendido por Robinson (2006), na medida em que “perceptions of service quality could be improved either by increasing perceptions or by managing expectations to a lower level” (p. 73); assim, o autor clarifica que, com níveis mais baixos de expectativas, as organizações desportivas poderão responder a tais expectativas com mais facilidade e com menor dispêndio de recursos, como também criar relações de longo prazo baseadas em elevados padrões de qualidade percebida. Consequentemente, os clientes que têm um menor nível de expectativas de qualidade de serviço são os mais propensos a perceber o serviço como de qualidade mais elevada.

Quanto à segunda hipótese do estudo (H₂), foi identificado um efeito negativo das expectativas do consumidor para com a sua satisfação, contrariando a existência de uma relação positiva, como defendido por outros autores (e.g., Fornell et al., 1996; Hult et al., 2017). Todavia, os resultados do presente estudo acompanham as evidências de outros estudos (Costa et al., in press; Habel, Alavi, Schmitz, Schneider, & Wieseke, 2016), no sentido em que as expectativas de um serviço têm um efeito direto e negativo na satisfação dos consumidores desse mesmo serviço. Nesta perspetiva, quando as expectativas dos clientes relativas a um determinado serviço são mais elevadas do que o atual valor do próprio serviço, é gerada insatisfação. Estes resultados poderão refletir a presença de maiores expectativas quanto aos serviços que os clientes esperam dos clubes de rugby. Este facto demonstra a elevada exigência dos clientes relativamente aos serviços que pretendem. No

entanto, o efeito negativo na satisfação pode ser inicialmente mitigado pela prestação dos serviços, numa fase em que os consumidores procuram a confirmação das suas expectativas (Habel et al., 2016).

Importa acrescentar que a relação entre as expectativas do consumidor com a satisfação, através da qualidade percebida, foi validada como um dos efeitos indiretos significativos. Desta forma, face a um produto ou serviço, as expectativas dos consumidores podem influenciar a percepção de qualidade e, consequentemente, afetar a sua satisfação. Este resultado pode ter aplicações práticas para a gestão desportiva na medida em que revela a importância da gestão das expectativas do consumidor para garantir uma elevada qualidade percebida dos produtos ou serviços oferecidos, e consequentemente, uma maior satisfação.

Foi ainda identificada uma relação adicional às hipóteses em estudo, nomeadamente, a relação direta e positiva das expectativas do consumidor para com a lealdade. De acordo com Mostaghimi, Akhlagh, e Danesh (2017), quando as expectativas dos consumidores são cumpridas ou superadas, é mais provável que os mesmos permaneçam fiéis a uma marca; adicionalmente, os mesmos autores sugerem que a satisfação dos clientes desempenha um papel importante na construção da lealdade, e por isso, atender às expectativas do cliente e fornecer produtos ou serviços de elevada qualidade, que satisfaçam os consumidores, contribui para aumentar a lealdade. Contudo, a presente investigação não validou o efeito mediador da satisfação na relação entre as expectativas e a lealdade. Assim, podem existir outros fatores que melhor contribuam para a compreensão desta relação, tais como o valor percebido, a experiência da marca, as emoções do consumidor e a qualidade do serviço (Rufin, Medina, & Rey, 2012).

Este estudo confirmou a relação direta e positiva entre a qualidade percebida do serviço e a satisfação dos consumidores (H_3), corroborando os achados de outros estudos (e.g., Castillo-Rodriguez et al., 2019; Rew et al., 2020). Assim, quanto maior o nível de qualidade percebida do serviço, maiores os níveis de satisfação do cliente, pelo que a qualidade percebida se revela um fator importante nas experiências de consumo do cliente.

Neste estudo foi ainda identificado o efeito mediador da satisfação na relação entre a qualidade percebida e a lealdade, corroborando os resultados de Calabuig Moreno, Prado-Gascó, Crespo Hervás, Núñez-Pomar, e Añó Sanz (2015); segundo estes autores, a percepção do consumidor sobre a qualidade do serviço que usufrui tem um impacto direto no nível de satisfação que, por sua vez, influencia a lealdade para com o fornecedor do serviço. Este achado destaca a importância de providenciar serviços com uma boa qualidade, salientando a satisfação do cliente como um dos principais impulsionadores da lealdade. Acresce que, a satisfação é um fator que interfere na lealdade dos consumidores tendo em conta os efeitos que provoca nas próprias intenções de compra e nas escolhas dos clientes (Thanh, Tuan, & Nguyen, 2021). Assim, o estudo da lealdade deve ser enquadrado nas dimensões que a antecedem (Howat & Assaker, 2013), e neste caso específico, na relação indireta da qualidade percebida na lealdade através da satisfação.

Os resultados validaram ainda a hipótese H_4 , respeitante ao efeito direto e positivo da satisfação dos consumidores na sua lealdade. Os clientes satisfeitos são mais propensos a repetir o consumo do serviço, bem como a manifestar um boca-a-boca positivo, recomendando a organização e os seus serviços a outros consumidores, e por essa razão, vários autores (e.g., Choi, Greenwell, & Lee, 2018; Fernández-Martínez et al., 2020) defendem que a verdadeira base da lealdade está na satisfação do cliente. Acresce que, o aumento da satisfação do cliente no consumo de um dado serviço impacta positivamente na lealdade para com a respetiva organização prestadora desse serviço e, consequentemente, na fidelização desse cliente (Banahene, 2018; Biscaia et al., 2017). Esta relação também já havia sido comprovada por Kyle, Theodorakis, Karageorgiou, e Lafazani



(2010), na medida em que o aumento da qualidade do serviço e, consequentemente, da satisfação dos consumidores, tem um efeito positivo nos comportamentos de compra desse serviço. Contudo, embora a satisfação tenha um impacto positivo na lealdade dos consumidores, a influência de outros fatores deve ser equacionada, como por exemplo, a imagem de uma organização ou empresa, uma vez que a lealdade resulta não só da satisfação como dessa mesma imagem (Biscaia et al., 2017).

Os resultados revelaram que o modelo adaptado do ACSI é uma importante ferramenta no âmbito da gestão dos clubes de rugby. Assim, uma estratégia de avaliação da opinião, preferências e comportamentos dos consumidores dos clubes de rugby poderá melhorar a qualidade do serviço prestado (Millar & Doherty, 2018), potenciando, consequentemente, os níveis de satisfação e de lealdade. Neste sentido, a avaliação facilita a tomada de decisão dos responsáveis dos clubes desportivos, por exemplo, na criação de serviços específicos, aumentando assim, tanto a satisfação, quanto a lealdade (Husin, Chelladurai, & Musa, 2012). Como recomendação para a gestão dos clubes de rugby, sugere-se a consideração das sugestões e opiniões dos consumidores na tomada de decisão (García, 2015). Assim, o presente estudo identifica quatro dimensões (i.e., qualidade percebida, satisfação, expectativas e lealdade) que devem ser analisadas pelos gestores desportivos, deliberando em função das mesmas e dos objetivos dos clubes. Acresce que, a procura de *feedback* dos consumidores permite um aumento das taxas de retenção e lealdade (Biscaia et al., 2017), o que fundamenta o esforço dos clubes em perceber as necessidades e desejos dos seus consumidores.

Importa ainda realçar algumas limitações deste estudo. Em primeiro lugar, a escassez de literatura específica no contexto do rugby obrigou a que os resultados das diferentes dimensões analisadas tivessem de ser comparados aos de estudos realizados em outros contextos. Em segundo lugar, uma vez que a aplicação do instrumento de recolha de dados se circunscreveu à região de Lisboa, os resultados poderão não ser generalizáveis a outros contextos geográficos. Daqui resulta que, em futura pesquisa, a aplicação deste modelo deve ser alargada a outras regiões de forma a robustecer os achados deste estudo no contexto dos clubes de rugby.

Conclusões

Este estudo evidencia a importância das dimensões analisadas (i.e., qualidade percebida, expectativas, satisfação e lealdade do consumidor) e a aplicabilidade do modelo no processo da tomada de decisão dos gestores dos clubes de rugby. Os resultados da aplicação do modelo sugerem uma visão global das respetivas dimensões, uma vez que estas últimas comportam relações significativas entre si, direta ou indiretamente. Nesta sequência, o estudo da lealdade deve ser enquadrado nas dimensões que a antecedem.

Os resultados deste estudo permitiram corroborar as hipóteses H_1 , H_3 e H_4 , confirmando a relação direta e estatisticamente significativa das expectativas sobre a qualidade percebida (H_1); da qualidade percebida para com a satisfação (H_3); e da satisfação do consumidor com a lealdade (H_4). Neste estudo, foi ainda identificada uma relação adicional ao modelo, designadamente, um efeito direto e estatisticamente significativo das expectativas do consumidor para com a lealdade. Não foi possível confirmar a hipótese H_2 devido ao efeito negativo das expectativas do consumidor para com a satisfação (H_2).

Visando o aumento do número de praticantes dos clubes de rugby, este estudo reforça alguns fatores que devem ser acautelados pela gestão, uma vez que influenciam a satisfação e lealdade dos consumidores. Por exemplo, este estudo detetou que os consumidores com um nível de expectativas mais baixas em relação à qualidade do serviço, sendo atingidas, são os que mais percecionam uma maior qualidade do serviço. Concludentemente, e tendo em conta as hipóteses analisadas neste

estudo, bem como o efeito mediador da qualidade percebida no efeito das expectativas na satisfação e o efeito de mediação da satisfação na influência da qualidade percebida na lealdade, quanto maior o nível de cumprimento de expectativas, maior a percepção de qualidade de serviço, gerando uma maior satisfação e aumentando a lealdade dos consumidores. Todas estas hipóteses, juntamente com a nova relação encontrada neste estudo, designadamente, a forte influência direta e positiva das expectativas dos consumidores na sua lealdade, evidenciam claramente a importância de gerir as expectativas no fortalecimento da satisfação dos consumidores.

Agradecimentos

Este artigo é financiado por Fundos Nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto UIDB/04020/2020 e com o DOI 10.54499/UIDB/04020/2020 (<https://doi.org/10.54499/UIDB/04020/2020>).

Referências

- Álvarez-García, J., González-Vázquez, E., Del Río-Rama, M. D., & Durán-Sánchez, A. (2019). Quality in Customer Service and Its Relationship with Satisfaction: An Innovation and Competitiveness Tool in Sport and Health Centers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(20). <https://doi.org/10.3390/ijerph16203942>
- Banahene, S. (2018). The Impact of Customer Satisfaction on Loyalty in the Ghana Banking Sector: The Effect of Trust Mediation. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 5(12). <https://doi.org/10.14738/assrj.512.5545>
- Biscaia, A. R., Rosa, M. J., Moura e Sá, P., & Sarrico, C. S. (2017). Assessing Customer Satisfaction and Loyalty in the Retail Sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(9), 1508–1529. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-03-2015-0039>
- Biscaia, R., Correia, A., Rosado, A., Maroco, J., & Ross, S. (2012). The effects of emotions on football spectators' satisfaction and behavioural intentions. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 227–242. <https://doi.org/10.1080/16184742.2012.679949>
- Biscaia, R., Correia, A., Yoshida, M., Rosado, A., & Marôco, J. (2013). The Role of Service Quality and Ticket Pricing on Satisfaction and Behavioural Intention Within Professional Football. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(4), 42–66. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-14-04-2013-B004>
- Bojanic, B., Kozina, G., & Tunjic, D. (2016). Increasing the Market Share by Improving the Quality of Products or Services. *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 17th International Scientific Conference on Economic and Social, 319.
- Calabuig Moreno, F., Prado-Gascó, V., Crespo Hervás, J., Núñez-Pomar, J., & Añó Sanz, V. (2015). Spectator Emotions: Effects on Quality, Satisfaction, Value, and Future Intentions. *Journal of Business Research*, 68(7), 1445–1449. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.031>
- Castillo-Rodriguez, A., Onetti-Onetti, W., & Chinchilla-Minguet, J. L. (2019). Perceived Quality in Sports Centers in Southern Spain: A Case Study. *Sustainability*, 11(14), 3983. <https://doi.org/10.3390/su11143983>
- Cebamanos, M., Bargalló, J., Cruces, A., & Nuviala, R. (2018). Perfil y Formación de los Técnicos de Prácticas Deportivas Extraescolares. *Revista Internacional de Deportes Colectivos*, 34, 17–25.
- Cham, T.-H., Cheah, J.-H., Ting, H., & Memon, M. A. (2022). Will destination image drive the intention to revisit and recommend? Empirical evidence from golf tourism. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(2), 385–409. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-02-2021-0040>
- Choi, C., Greenwell, T. C., & Lee, K. (2018). Effects of Service Quality, Perceived Value, and Consumer Satisfaction on Behavioral Intentions in Virtual Golf. *Journal of Physical Education and Sport*, 18(1), 1–10.



- 18(3), 1459–1468.
<https://doi.org/10.7752/jpes.2018.03216>
- Cid, L., Rosado, A., Leitão, C., & Alves, J. (2012). Tradução e Validação de Questionários em Psicologia do Desporto. In A. Rosado, I. Mesquita, & C. Colaço (Eds.), *Métodos e Técnicas de Investigação Qualitativa* (pp. 29–64). Edições FMH.
- Coelho, P. M., & Vilares, M. J. (2011). *A Satisfação e Lealdade do Cliente: Metodologias de Gestão, Avaliação e Análise* (2nd ed.). Escolar Editora.
- Cohen, J. (2013). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (0 ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Costa, G., Pereira, E., Martins, R., & Mascarenhas, M. (in press). The Importance of Perceived Quality for Golf Course Member Satisfaction and Loyalty in Tourism Deprivation Times. *Journal of Global Sport Management*.
<https://doi.org/10.1080/24704067.2023.2300410>
- Fernández-Martínez, A., Pérez-Ordás, R., Nuviola, R., Aznar, M., Porcel-Gálvez, A. M., & Nuviola, A. (2020). Communication as a Strategy to Promote Sports and Health Activities Designed for Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 4861.
<https://doi.org/10.3390/ijerph17134861>
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6–21.
<https://doi.org/10.1177/002224299205600103>
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18.
<https://doi.org/10.1177/002224299606000403>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39.
<https://doi.org/10.2307/3151312>
- Gálvez-Ruiz, P., Conde-Pascual, E., Estrella-Andrade, A., García-Fernández, J., Romero-Galisteo, R. P., Vélez-Colón, L., & Pitts, B. G. (2021). Testing Factorial Invariance of the Questionnaire of Evaluation of the Quality Perceived in Sports Services in Spanish, Ecuadorian and Colombian Users. *Current Psychology*, 40(3), 1249–1256.
<https://doi.org/10.1007/s12144-018-0053-y>
- García, M. P. (2015). *Análisis de la Calidad de los Servicios Prestados de los Clientes Internos y Externos de los Campos de Golf en Andalucía* (Universidad Pablo de Olavide-Sevilla). Universidad Pablo de Olavide-Sevilla. Rio.
<http://hdl.handle.net/10433/2368>
- García-Pascual, F., Molina García, N., & Mundina Gómez, J. (2019). Influencia de la Satisfacción y el Valor Percibido sobre el “Word Of Mouth” en los Usuarios de Centros Deportivos. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias Del Deporte*, 29–36.
<https://doi.org/10.6018/sportk.362291>
- Habel, J., Alavi, S., Schmitz, C., Schneider, J.-V., & Wieseke, J. (2016). When Do Customers Get What They Expect? Understanding the Ambivalent Effects of Customers’ Service Expectations on Satisfaction. *Journal of Service Research*, 19(4), 361–379.
<https://doi.org/10.1177/1094670516662350>
- Hashim, N. I., Jaini, N., Jamaluddin, E. R., & Chek Sulaiman, F. (2017). Measuring Service Quality Expectation and Satisfaction Using Servqual at Hutan Lipur Sungai Congkak. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 2(6), 161. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v2i6.858>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modelling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport Management Review*, 16(3), 268–284.
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.10.001>
- Hubert, M., & Van Der Veeken, S. (2008). Outlier detection for skewed data. *Journal of Chemometrics*, 22(3–4), 235–246.
<https://doi.org/10.1002/cem.1123>

- Hult, G. T. M., Morgeson, F. V., Morgan, N. A., Mithas, S., & Fornell, C. (2017). Do managers know what their customers think and why? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 37–54. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0487-4>
- Husin, S., Chelladurai, P., & Musa, G. (2012). HRM Practices, Organizational Citizenship Behaviors, and Perceived Service Quality in Golf Courses. *Journal of Sport Management*, 26(2), 143–158. <https://doi.org/10.1123/jsm.26.2.143>
- Jackson, D. L., Gillaspay, J. A., & Purc-Stephenson, R. (2009). Reporting Practices in Confirmatory Factor Analysis: An Overview and Some Recommendations. *Psychological Methods*, 14(1), 6–23. <https://doi.org/10.1037/a0014694>
- Johnston, R., & Clark, G. (2008). *Service Operations Management: Improving Service Delivery*. Financial Times/Prentice Hall.
- Kline, R. (2016). *Principles and Practice Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.
- Kyle, G., Theodorakis, N., Karageorgiou, A., & Lafazani, M. (2010). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty within the Context of Ski Resorts. *Journal of Park and Recreation Administration*, 28(1), 1–15.
- Lee, J. C., Backman, K. F., & Backman, S. J. (2018). An Investigation of the Relationships Among Service Quality, Transaction-Specific Satisfaction, and Overall Satisfaction in Predicting Golfers' Repurchase Intention. *Event Management*, 22(5), 849–864. <https://doi.org/10.3727/152599518X15299559637699>
- Lock, D., Filo, K., Kunkel, T., & Skinner, J. L. (2015). The Development of a Framework to Capture Perceptions of Sport Organizations Legitimacy. *Journal of Sport Management*, 29(4), 362–379. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0005>
- Magaz-González, A. M., Sahelices-Pinto, C., Mendaña-Cuervo, C., & García-Tascón, M. (2020). Overall Quality of Sporting Events and Emotions as Predictors of Future Intentions of Duathlon Participants. *Frontiers in Psychology*, 11, 1432. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01432>
- Millar, P., & Doherty, A. (2018). “You Can’t Just Start and Expect It to Work”: An Investigation of Strategic Capacity Building in Community Sport Organizations. *Journal of Sport Management*, 32(4), 348–361. <https://doi.org/10.1123/jsm.2017-0233>
- Mostaghimi, M., Akhlagh, E. M., & Danesh, S. H. S. (2017). An Investigation of the Effects of Customer’s Expectations and Perceived Quality on Customer’s Loyalty with the Mediating Role of the Perceived Value and Customer’s Satisfaction. *Journal of History Culture and Art Research*, 5(4), 593. <https://doi.org/10.7596/taksad.v5i4.625>
- Naghi-Pour Givi, B., Hossein Monazzami, A., Mohamadi Turkmani, E., & Mirfallah Nassiri, R. (2021). Intenciones de Comportamiento, Satisfacción y Calidad Percibida de los Espectadores del Campeonato Asiático de Voleibol Masculino Sub-23 De 2017. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias Del Deporte*, 10(1), 113–118. <https://doi.org/10.6018/sportk.461731>
- Ngo, T., Mai, S., Siguaw, J., & Jory, S. (2023). The Contribution of Managerial Ability on Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. *Journal of Strategic Marketing*, 31(2), 343–369. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1904436>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rew, D., Jung, J., & Lovett, S. (2020). Examining the relationships between innovation, quality, productivity, and customer satisfaction in pure service companies. *The TQM Journal*, 33(1), 57–70. <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2019-0235>
- Robinson, L. (2006). Customer Expectations of Sport Organisations. *European Sport Management Quarterly*, 6(1), 67–84. <https://doi.org/10.1080/16184740600799204>
- Rossee, Y. (2012). *lavaan*: An R Package for Structural Equation Modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2). <https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>
- Rufin, R., Medina, C., & Rey, M. (2012). Adjusted Expectations, Satisfaction and Loyalty Development. *The Service Industries Journal*, 32(14), 2185–2202.



<https://doi.org/10.1080/02642069.2011.594874>

- Serrano-Gómez, V. (2013). *Diseño y Elaboración de Una Herramienta de Gestión para Evaluar la Calidad Percibida de los Usuarios en Clubes de Golf* (Universidade da Coruña). Universidade da Coruña, Coruña.
<http://hdl.handle.net/2183/10318>
- Serrano-Gómez, Virginia, García-García, Ó., Gambau I Pinasa, V., Fernández-Liporace, M., Hernández-Mendo, A., & Rial-Boubeta, A. (2020). Measuring Perceived Service Quality and Its Impact on Golf Courses Performance According to Types of Facilities and User Profile. *Sustainability*, 12(14), 5746.
<https://doi.org/10.3390/su12145746>
- Thanh, N. T. K., Tuan, L.-A., & Nguyen, N. D. (2021). Evaluation of Factors Impacting the Player Loyalty in Golf Course Business. *Management Science Letters*, 11, 155–164.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.8.020>
- Tsitskari, E., Antoniadis, C., & Costa, G. (2014). Investigating the Relationship Among Service Quality, Customer Satisfaction and Psychological Commitment in Cyprian Fitness Centres. *Journal of Physical Education and Sport*, 14(4), 514–520.
<https://doi.org/10.7752/jpes.2014.04079>
- Vega-Chica, M. L., & Molina Mármol, G. A. (2018). Propuesta de un Modelo Para Analizar y Medir la Percepción de la Calidad de Servicio en los Programas de Cuarto Nivel. *INNOVA Research Journal*, 3(6), 118–135.
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n6.2018.566>
- Xiao, Y., Ren, X., Zhang, P., & Ketlhoafetse, A. (2019). The effect of service quality on foreign participants' satisfaction and behavioral intention with the 2016 Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 91–105.
<https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2019-0037>
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2006). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Recebido em: 17 de janeiro de 2024

Aceite em: 23 de fevereiro de 2024

Endereço para correspondência:

Margarida Mascarenhas

margaridab@fmh.ulisboa.pt



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Reflection on Maintenance and Safety of Sports Facilities

Reflexão sobre Manutenção e Segurança de Instalações Desportivas

Reflexión sobre Mantenimiento y Seguridad de las Instalaciones Deportivas

Paulo José Santos Ventura 

Universidade Autónoma de Lisboa, Portugal – venturapjs@gmail.com

Abstract

There is a lot of debate these days about the planet's sustainability. The recurring occurrence of severe meteorological and other events endangers the survival of the human species in certain places of the world, making it a topic of national and worldwide concern. When we talk about sports maintenance, we are talking about safety, and when we talk about sports management, we must consider not only the component of sports safety itself, but also the component of sports venue and facility maintenance, insofar as they are spaces that receive a diverse "mass" audience, which in many cases reaches thousands of spectators during a sporting event. The purpose of this study is to target third-year students on the sports management degree course at the Universidade Autónoma de Lisboa in the 2023/2024 academic year, as they are directly related to the subject under study: "Reflection on the Maintenance and Safety of Sports Facilities," based on a set of variables relating to: The sports manager; the maintenance of sports facilities and spaces; the safety of sports facilities and spaces; accessibility and the planning of sports facilities. According to the socio-demographic study, the students polled had a general opinion based on their age, gender, household, residence, and nationality. We employed a quantitative, descriptive methodology. When confronted with the study factor "Accessibility and the Planning of Sports Facilities and Spaces," the results revealed a unanimous opinion among the universe of students under study regarding "Reflection on the Maintenance and Safety of Sports Facilities," which proved to have a significant influence on the students' perception of sports space and facilities.

Keywords: Students; Manager; Sports Management; Sports Facilities Maintenance; Sports Facilities Security.

Resumo

Há muito debate hoje em dia sobre a sustentabilidade do planeta. A ocorrência recorrente de eventos meteorológicos severos e outros põe em risco a sobrevivência da espécie humana em determinados locais do mundo, tornando-se um tema de preocupação nacional e mundial. Quando falamos de manutenção desportiva estamos a falar de segurança, e quando falamos de gestão desportiva devemos considerar não só a componente da segurança desportiva em si, mas também a componente da manutenção dos recintos e instalações desportivas, na medida em que são espaços que recebem um público diversificado de "massa", que em muitos casos chega a milhares de espectadores durante um evento desportivo. O objetivo deste estudo é dirigir-se aos alunos do terceiro ano do curso de gestão desportiva da Universidade Autónoma de Lisboa no ano letivo 2023/2024, por estarem diretamente relacionados com o tema em estudo: "Reflexão sobre a Manutenção e Segurança das Instalações Desportivas", com base num conjunto de variáveis relativas: ao gestor desportivo; a manutenção de instalações e espaços desportivos; a segurança das instalações e espaços desportivos; acessibilidade e planeamento de instalações desportivas. De acordo com o estudo sociodemográfico, os estudantes inquiridos tinham uma opinião geral baseada na idade, género, agregado familiar, residência e nacionalidade. Empregamos uma metodologia quantitativa e descritiva. Quando confrontados com o factor de estudo

“Acessibilidade e Planeamento de Instalações e Espaços Desportivos”, os resultados revelaram uma opinião unânime entre o universo de alunos em estudo relativamente à “Reflexão sobre a Manutenção e Segurança de Instalações Desportivas”, que revelou ter uma relevante influência na percepção dos alunos sobre espaços e instalações desportivas.

Palavras-chave: Estudantes; Gerente; Gestão desportiva; Manutenção de Instalações Desportivas; Segurança de Instalações Esportivas.

Resumén

Hoy en día hay mucho debate sobre la sostenibilidad del planeta. La ocurrencia recurrente de eventos meteorológicos severos y de otro tipo pone en peligro la supervivencia de la especie humana en ciertos lugares del mundo, convirtiéndolo en un tema de preocupación nacional y mundial. Cuando hablamos de mantenimiento deportivo, hablamos de seguridad, y cuando hablamos de gestión deportiva, debemos considerar no sólo el componente de seguridad deportiva en sí, sino también el componente de mantenimiento de recintos e instalaciones deportivas, en tanto que son espacios que recibir una audiencia "masiva" diversa, que en muchos casos llega a miles de espectadores durante un evento deportivo. El objetivo de este estudio está dirigido a estudiantes de tercer año de la carrera de gestión deportiva de la Universidad Autónoma de Lisboa en el curso académico 2023/2024, ya que están directamente relacionados con el tema de estudio: "Reflexión sobre el Mantenimiento y la Seguridad". de Instalaciones Deportivas”, en base a un conjunto de variables relativas a: El gestor deportivo; el mantenimiento de instalaciones y espacios deportivos; la seguridad de las instalaciones y espacios deportivos; accesibilidad y planificación de instalaciones deportivas. Según el estudio sociodemográfico, los estudiantes encuestados tenían una opinión general basada en su edad, género, hogar, residencia y nacionalidad. Empleamos una metodología cuantitativa y descriptiva. Frente al factor de estudio "Accesibilidad y Planificación de Instalaciones y Espacios Deportivos", los resultados revelaron una opinión unánime entre el universo de estudiantes estudiados respecto a la "Reflexión sobre el Mantenimiento y Seguridad de las Instalaciones Deportivas", lo que resultó tener un importante impacto en la percepción de los estudiantes sobre los espacios e instalaciones deportivas.

Palabras Clave: Estudiantes; Gerente; Director deportivo; Mantenimiento de Instalaciones Deportivas; Seguridad de Instalaciones Deportivas.

INTRODUCTION

We have seen a great deal of worry in recent decades regarding the preservation of the planet's existing resources and its own sustainability. The recurrence of extreme weather events and other phenomena is calling into question the long-term viability of sporting stadiums and infrastructure across the globe. Sports facilities and their location are increasingly important when deciding whether or not to participate in sports (Dias, 2011). The increasing demand for sport, as well as technical advancements and the expansion of its social and economic dimensions, necessitate that sports arenas keep up with this growth. The purpose of this research is to target third-year students on the sports management degree course at the Universidade Autonoma de Lisboa, curricular year 2023/2024, because they are directly related to the topic under consideration: "Reflection on the Maintenance and Safety of Sports Facilities," based on a set of variables relating to: the sports manager; the maintenance of sports facilities and spaces; the safety of sports facilities and spaces; accessibility and sport planning. The topic is relevant because there is a need to obtain a more concrete opinion on the Maintenance and Safety of Sports Facilities in Portugal from the above-mentioned target audience, as well as to identify omissions and weaknesses that are felt, as reflected in the lack of more research and the need to increase knowledge about the maintenance and safety of sports facilities (Ventura, 2019).

To gain a better understanding of the study, we chose to focus our research on a logic of proximity to citizens, in which the local authority, representing the state, assumes

the primary role and is an active participant in promoting sport practise, as well as in the maintenance and safety of sports spaces and facilities (Costa, 2013). As a result, it is required to develop sports policies that, in the near future, ensure good management, usage, and repair of existing venues, as well as the allocation of financial resources for these practises. Local governments, as the entity closest to individuals in the various municipalities, seek to protect their own, common, and specific interests. As a result of Portugal's recent economic crisis, there has been a need to raise awareness among current and future sports managers, as well as all those who are in any way connected to these issues, to rethink new strategies for boosting existing and future sports infrastructures and spaces (whether local or not), insofar as reducing resource waste and minimising the impact on the planet's resources can be properly taken into account and elucidated. To consolidate our knowledge, we used the observations of various experts related to sports venues; the maintenance of sports venues and facilities; the safety of sports venues and facilities; the spatial planning of sports venues and facilities; the planning of sports venues; and the regulatory framework for sports venues. Regarding the research approach employed in our study, it was "applied research" in nature, which strives to develop knowledge for practical application aimed at solving specific problems (Gil, 2006). We employed "quantitative research" inasmuch as everything can be measured, which implies converting opinions and facts into numbers in order to classify and assess them. In a nutshell, quantitative research is concerned with quantifying phenomena by collecting and analysing numerical data and employing statistical tests (Collis; Hussey, 2005).

LITERATURE REVIEW

THE SPORT MANAGER - The sports manager is viewed as an operational professional, in contact with people and territories, who must play an intervening and dynamic role in state structures and others based on an organic and hierarchical territorial dynamic. The responsibilities of a sports manager can be divided into four categories: general management activities, organisational management, information management, and sports and exercise science. Today's sports manager must be able to demonstrate excellent leadership and management abilities in a variety of sectors, as well as considerable organisational experience and the capacity to create personal relationships (Venliolis, 2005). According to Pires et al. (1994), the creation of a new area of professional involvement in sport is determined by a diverse collection of circumstances. These include: the modern sport crisis, which has resulted in the need for new development mentalities; the complex nature of sporting practises; the emergence of various organisations related to sports management in a variety of ways; the existence of scientific research in the field of Sports Management; professional opportunities; and initial higher education in the field of Sports Management. In short, the current state of sport necessitates a reconsideration of the conventional forms of sports organisations. According to the writers, both professional and educational sports are at a tough and critical phase, if not a crisis. The breakdown of the conventional sport business model, which no longer reacts to the dynamics of the new economy society in terms of the entertainment industry connected with new information, communication, and sports technologies, has resulted in this catastrophe. The world's economic cycles warn us that times of crises result in future possibilities, which young people today and tomorrow must seize. Although recent studies reflect some important indicators about the current state of the professional sports management market, there is still insufficient information to determine the reasons for assuming these responsibilities responsibly and effectively in today's professional field. We must have a positive, proactive attitude because we cannot anticipate the world's future; we must simply make it happen (Pires et al., 1994).

The need for sports management today is justified, on the one hand, by the ability to solve problems that arise in the routines of organisations; on the other hand, sports management exists because unpredictable problems arise that require quick and original solutions. The "tasks of a manager" are utilised to accomplish this. In this setting, sports managers must be able to formulate questions, identify solutions, and respond to adversities and obstacles encountered on the pitch. According to Saldanha (2006), in a context of proximity to the population, on a local territorial scale, the municipal sports manager, also known as a senior sports technician in the public administration, is responsible for carrying out a diverse set of functions that allow for the development of a local sports policy supported by: programmes, equipment, facilities, spaces, and quality sports agents. The key functions, according to Law No. 12-A/2008 of February 27, are: advisory; study; planning; programming; evaluation and implementation of technical and scientific methods and processes that assist decision-making. They also have the responsibility of representing the institution or service in their field. According to Velve (2000) and Sandberg (1994), only experience can result in a development in abilities and the acquisition of duties by the sports management.

SPORTS VENUES - According to Castilho (1996), the best way to characterise and evaluate sports venues is to keep records and notes on the technical dimensions, type, maintenance, and safety of the venues or infrastructures, as well as detailed information on the type of sports, season, and period of use, but sports venues and infrastructures are not limited to the size of the sports equipment. One of the most important aspects of sports planning is the planning of the surrounds of sports venues.

Sports venue surroundings must be integrated into city planning, considering interference factors, the necessity for protective zones, the road network, framework, functionality, and accessibility into account (Schemel, 1999). In general, sports facilities are divided into four categories: category 1 - useable sports facilities; category 2 - sports facilities with minor problems; category 3 - sports facilities with major deficiencies; and category 4 - sports facilities that cannot be used. In category 1, sports venues do not have significant pathologies and can be repaired in conjunction with conservation; in category 2, sports venues with minor deficiencies can be repaired using existing infrastructure; in category 3, serious deficiencies can jeopardise the normal functioning of the infrastructure; large-scale interventions are usually recommended; and in category 4, non-usable sports venues, use of the infrastructure is suspended.

THE MAINTENANCE OF SPORTS FACILITIES - When talking about the maintenance of sports spaces and facilities, we must first make a few points about good practice. And in this field, the **MANUAL FOR THE MAINTENANCE OF MUNICIPAL SPORTS FACILITIES OF THE MUNICIPALITY OF S. JOÃO DA MADEIRA** (2017), states that with good practices it is possible to: reduce the generation of waste and facilitate its reuse and recycling; reduce the consumption of energy, raw materials and water, obtaining economic benefits; minimize environmental impact; improve the image of the facilities among external and internal users; strengthen protocols as a form of management excellence; better control and knowledge of the organization. We have the possibility of improving production costs, obtaining adequate service quality, achieving operational capacity, contributing to the safety and hygiene of sports facilities, optimising the image and environmental safety of facilities, avoiding replacement delays, analysing maintenance costs, and extending the useful life of assets that are intrinsically linked to good practises.

There are two types of maintenance: preventive maintenance, which is focused on preventing the deterioration of equipment or materials in sports facilities, and corrective maintenance, which is focused on repairing or replacing an anomaly, breakdown, or deficiency in some characteristic of the equipment. Sports facilities, according to Costa (2013), are places defined for the practise of physical activity, according to their social status and the value they

provide in a certain territory. According to Cunha (2003), the investment and maintenance expenditures that local governments must bear necessitate careful management when determining where to deploy facilities. Gallardo and Jiménez (2004) emphasise the need of developing a maintenance plan with prior administrative documentation in this setting. This paperwork should include summary technical sheets with all of the sports facility's information, definitions of tasks to be performed, general consumption sheets, directions for usage, inspection definitions, and technical and human resources. Municipal action, through the municipal sports charter, should be viewed as a strategic planning document to be considered when executing sports infrastructure initiatives depending on the territory in issue. In terms of management, it is critical to emphasise that the most important item for any organisation is to define its purpose, or mission (Janurio, 2010a). To establish an efficient sports facility, activities to support direct stakeholders such as players, users, and coaches, as well as indirect stakeholders such as the general public and the media, must be developed.

THE SAFETY OF SPORTS VENUES AND FACILITIES - To acquire a better understanding of the subject of sports space and facility safety, we refer to Regulation no. 90/2019 of 21/01/2019, which concerns the "General Regulations for the Use and Operation of Municipal Sports Facilities," article 40. Article 40 states that "the operation of the facilities" may be temporarily interrupted for reasons of public health and/or user safety; whenever there is a temporary interruption of activities for reasons of public health and/or user safety, the amount corresponding to the period of interruption will be credited to the so-called "user card" or free/recreational swimming. The cancellation of lessons/sessions in municipal swimming pools due to the interruption of the operation of the sports facilities for sporting events or other non-sporting events of municipal interest entitles users to the replacement of the lesson(s) or, if this is not possible, to a credit of the amount corresponding to the lessons/sessions lost due to the closure, in the so-called "user file" or in free/recreational swimming; if it is manifestly impossible to replace the lesson(s),

According to Sarmento (2017), in terms of management, swimming pools are widely regarded as one of the most demanding sports facilities to maintain. They are complicated structures with large construction costs, and they are also the facility that currently attracts the most people in general, with the older population being particularly interested. Nonetheless, sports halls are vital assets due to their ability to host a variety of events throughout the year. This capacity denotes that this type of facility is distinguished by a set of technical indicators that make sports halls suitable for holding a specific type of event, such as: the available area, the types of floors, the ceiling height, lighting, air conditioning, acoustic conditions, the capacity and profiles of the stands, the number and type of support rooms, entrance control, security, changing rooms, access to the central nave, IT resources, and video and audio studios (Mendes, 2023).

THE SPATIAL PLANNING OF SPORTS FACILITIES AND SPACES – According to Sousa (2014), when it comes to establishing and managing sports space in a specific territory, sports managers should prioritise the spatial design of sports facilities and spaces. To address the needs of that territory, it is critical that the network of present and future sports facilities is effectively articulated with the existing urban fabric. The type of infrastructure, as well as the distribution and geographical occupation of spaces, must be consistent with the other aspects in urban growth. Because the urban space is both a territory of excellence and a finite territory, it is critical to understand how local management bodies, or "municipalities," operate and how they have evolved at this level, as well as which territorial management instruments govern them, as well as the importance of urban sustainability based on well-thought-out models of urban spatial organisation. Based on the existing development economy, urban areas are stages for territorial development. The development of new infrastructure, improved services and accessibility, and the pursuit of future demographic and economic growth are all necessary for making the territory more sustainable (Carvalho, 2009).

According to Cunha (2007), for example, when a certain sports facility or equipment with similar activities and functions is located in a neighbouring geographical unit, i.e. in an area bordering the existing municipality (a), the benefit that this infrastructure (b) offers, competing

with the products and services of the facility (a), can cause users to move away from this new infrastructure, resulting in the waste and abandonment of existing resources. According to DaCosta (2005), the planning of sports facilities and spaces is the result of an initiative by certain individuals and technical groups who have applied urban management plans in an appropriate manner, with local governments responsible for ensuring that these plans are properly followed. Sports facilities should thus be an intrinsic aspect of city planning, depending on the demands of these territories, which are frequently only known through statistical instruments such as censuses. The local government must be concerned with balancing the availability of sporting facilities, requirements and priorities, and private interests. Planning sports facilities must include fulfilling all demands while ignoring those deemed to be priorities (Constantino, 1999).

PLANNING SPORTS FACILITIES - According to VENTURA (2019), sports facility planning entails identifying needs and determining how to address those needs, whether now or in the future. Sports facility planning is defined as a process by which individuals decide what to do in the present with the goal of achieving something in the future. Planning is viewed as a tool that facilitates realisation, analyses alternative courses, and contributes to the creation of a future standard. In short, planning stems from the need to foresee the future while believing that one has influence over that future, which is not always the case. As a result of this need, numerous formalised planning methods have arisen, making it possible to attain particular long-term goals (Pires, 2007).

The planning of sports facilities and spaces, according to Constantino (1994), is based on three basic principles: first, the urban planning method, which is based on a mathematical model in which a certain coefficient of useful sports area per inhabitant is multiplied, determining the needs by multiplying this coefficient by the number of inhabitants in the territorial unit under study. It is inexpensive and simple to implement. The second is distinguished by the local adjustment approach, which is based on assessing the need for infrastructure in distinct territorial areas using a comparison method. Planning for vulnerable areas should follow the lead of larger and better-equipped areas. In summary, this strategy is not very rigorous and does not specify aims and/or criteria, but it can be used to solve problems in the short term. The third way, the sociological method, is focused on examining a population's sports behaviour and, as a result, aligning the supply of sports facilities with demand. According to the author, this is a time-consuming and expensive investigation.

Sarmiento and Carvalho (2014), on the other hand, contend that there are signs that can aid in decision-making. Sports facility design is influenced by political decisions and market studies that consider economic and social issues, the type of space, and the quantity and type of users. Certain aspects must be considered when planning a new sports facility, including the ability to respond to public needs, defining strategies for its implementation and location, and its relationship with and integration into the environment in which it is located, with a view to long-term management (Sarmiento & Carvalho, 2014).

REGULATORY FRAMEWORK FOR SPORTS FACILITIES – According to VENTURA (2019), the legal framework for sports facilities is governed by the provisions of Decree-Law no. 141/2009, of June 16, as amended by Decree-Law no. 110/2012, of May 21, which approved the Legal Framework for Sports Facilities (RJID) and determines that sports types are defined and approved by decree of the government member responsible for the area of sport. Article 1(1) of the RJID specifies the technical standards for the design and construction of facilities in order to ensure their functional technical and sports quality, as well as their health, comfort, and safety. According to Article 2(1) of the RJID, architectural projects for the construction, remodelling, expansion, or alteration of sports facilities must include information on the type of sport to be installed. To follow

a guideline throughout this research, a general goal was set: to intervene with third-year sports management degree students at the Autonomous University of Lisbon, so that they reflect on the maintenance and safety of sports facilities, based on practises supported by the following variables: the sports manager (4 items); the maintenance of sports facilities and spaces (5 items); the safety of sports facilities and spaces (5 items); accessibility (5 items).

METHODOLOGY

Cervo and Bervian (2002) define scientific methodology as the investigation of knowledge techniques. Lakatos and Marconi (1991) define methodology as a set of techniques referring to the foundations and assumptions that lead a certain investigation. This perception leads us to an understanding of methodological research, and it is also clear that it can be defined by the procedures and approaches defined, namely the type of research and its structuring, bibliographic sources, data collection and processing instruments, and time horizon. According to Vilelas (2020), research methodology is the methodical, critical, and empirical application of numerous stages linked to the phases and processes used when doing academic research. The selection of methodology entails creating a strategy that will influence the procedures and tools used to gather and process the data (Sousa & Batista, 2014). Regarding the research approach employed in our study, it was "applied research" in nature, which strives to develop knowledge for practical application aimed at solving specific problems (Gil, 2006). We employed "quantitative research" inasmuch as everything can be measured, which implies converting opinions and facts into numbers in order to classify and assess them. It necessitates the application of statistical tools and procedures (percentage, mean, mode, median, standard deviation, correlation coefficient, and others) (Gil, 2006). In a nutshell, quantitative research is concerned with quantifying phenomena by collecting and analysing numerical data and employing statistical tests (Collis & Hussey, 2005).

We employed "descriptive research" to define the characteristics of a certain population or phenomenon or to discover correlations between variables. The most typical type of presentation is a survey, which is usually done using a questionnaire or through systematic observation and provides a summary of the environment at the time of the research. When the goal is to describe specific events, this methodology is advised to guide the form of data gathering (Gil, 1996). It is intended for researchers with in-depth understanding of the phenomena and problems under investigation. Descriptive research involves observing, recording, analysing, and correlating facts or events (variables) without influencing them. It seeks to determine the frequency with which a phenomenon occurs, its relationship and connection with others, as well as its nature and attributes, as exactly as possible. It is mostly produced in the humanities and social sciences, addressing data and situations that ought to be studied but are not documented (Cervo & Bervian, 2002, p. 66).

The whole procedure of selecting the population under examination (designated as the sample) as well as its characterisation will also be described. We will then detail the process of selecting the data collection instrument, as well as the procedure for processing the information acquired (data) using specified approaches, and lastly identify the study's final results and discussion.

SAMPLE

One part of the research process is determining what we want to study, or the target population. Based on this clarification, and given the impossibility of analysing the entire population for a variety of reasons, a sample (students in the third year of the Sports Management degree course at the Autonomous University of Lisbon, year 2023/2024)

was identified that allowed us to obtain data or observations, with the goal of drawing conclusions about the population from whom information was collected (Vilelas, 2020). Given that the basic assumption of this study is to intervene with third-year sports management students at the Autonomous University of Lisbon in order for them to reflect on: "Reflection on Maintenance and Safety of Sports Facilities." A reliable sample of 30 pupils was obtained from a universe of 34 students.

INSTRUMENT

The questionnaire survey was utilised as the instrument. According to Batista, Moreira, Rodrigues, and Silva (2021), a questionnaire survey is a data collection technique commonly used in educational research, particularly in large-scale studies that allow observing a significant number of subjects in relation to a given social phenomenon due to the possibility of quantifying the data obtained and making inferences and generalisations. This instrument emerges as a tangible thing that is used in the various procedures (Batista et al., 2021). The technique refers to the strategy used to produce a specific outcome, and the method may potentially combine many techniques to fulfil the investigation's goals. Data collections are defined as operational processes that are well-defined and transmissible, and are tailored to the sort of problem and phenomenon under investigation; that is, they serve the purpose of attempting to make research viable by determining and implementing the set of alternatives in question. What the method entails in terms of empirical verification. As previously stated, the investigation followed a series of surveys employing questionnaires (Batista & Sousa, 2011). A 5-point Likert scale was used to develop the questionnaire survey. It enabled us to explore several points of view on a specific topic. The Likert scale combines psychology and applied statistics, allowing it to be used in a variety of investigations. It is a tool for getting qualitative understanding from quantitatively structured challenges. The assessment levels on the Likert scale employed in the study were as follows: I completely disagree=1; I disagree=2; I neither agree nor disagree=3; I agree=4; I completely agree=5. The questionnaire is divided into two sections, the first of which contains sociodemographic questions about the students under study (age, gender, household, residence, and nationality), and the second of which contains four groups distributed across 19 items suggested for measuring the study variables, as follows:

F1- The sports manager (4 items);

F2 - Maintenance of sports facilities and spaces (5 items); F3 - Safety of sports facilities and spaces (5 items);

F4 - Accessibility and organization of sports facilities and spaces (5 items).

Following a thorough and difficult analysis, independent and dependent variables with the necessary and adequate dimensions to find answers to the research objectives, as well as for objective data collection and framing with the issue under study, were created. In the words of Vilelas (2020, p. 171) "the variables must be in accordance with the definition of the problem, the objectives, the hypotheses and, in line with the theoretical framework". With regard to independent variables, "this type of variable is independent of the research procedures, however, it constitutes determining factors that will influence it", which means that "the researcher uses its manipulation to observe the effects produced on the dependent variables" . The dependent variable, on the other hand, "is the one that directly connotes the answers sought in the investigation (...)," that is, "(...) the result obtained through the research procedures" (Sousa & Batista, 2014, p.49). Because the

study's major goal is to generate a "Reflection on Maintenance and Safety of Sports Facilities," it was important to investigate various indicators that are closely related to this multifactorial relationship. Several variables were chosen for this, some of which aim to provide a straight answer and others that allow them to be related to one another while investigating and defining the various aspects under consideration (Sampieri et al., 2013). The factors were chosen and incorporated into the questionnaire survey.

PROCEDURES

Respondents were recruited from third-year students pursuing a degree in Sports Management at the Universidade Autonoma de Lisboa in the academic year 2023/2024. Following the development of a pre-test for a select set of students, questionnaires were developed in the first semester of the 2023/24 academic year, with all questionnaires completed by students, yielding a final sample of thirty valid questionnaires. The collecting took place throughout the regular school day, with the goal of including all pupils from that school year. All respondents were told ahead of time about the nature of the study and participated actively and willingly, assuring the anonymity and confidentiality of their comments.

DATA PROCESSING

Data processing, more specifically quantitative data analysis, is carried out using statistical techniques and procedures that allow for the study of a large number of variables (Collis & Hussey, 2005). This method is centred on the requirement to make focused observations in order to find patterns and correlations between variables. Based on a particular sample, we can also generate statistical indicators and parameters capable of pointing out trends and describing behaviours for the target population. The information gathered from the questionnaire survey was input and tallied in the Microsoft Excel programme. In this study, the arithmetic mean of the data gathered for each variable was also computed. Following that, the data were transferred to the statistical analysis programme JAMOV version 1.6.23, where descriptive analyses, such as frequencies, measures of central tendency, and dispersion, were performed. The boxplot and violin graph representations were employed to show the distribution's extremes and quartiles. The Cronbach's Alpha parameter, which is commonly used to quantify the inter-correlation between items intended to measure a certain variable, was used to analyse reliability and internal consistency. The non-parametric Shapiro-Wilk test was also used to check whether the variables had a normal distribution. The Spearman correlation test was also performed to assess the degree of linkage and relationship between the variables.

ANALYSIS AND DISCUSSION OF RESULTS

SOCIODEMOGRAPHIC PROFILE - The sample's sociodemographic analysis reveals little difference in a variety of factors among students in the third year of the degree course in Sports Management at the Autonomous University of Lisbon, namely:

AGE - The results show a high percentage of students aged 21, accounting for 33.33% of the sample. Some students are over the age of 20, accounting for 13.33% of the sample. There is also some representation of students aged 22 years old, accounting for approximately 20.00% of the sample, and 5 students aged 24 years old, accounting for 16.66% of the sample. Three students aged 23 years made up 10% of the sample, whereas only two students, one aged 25 and the other 29, made up 3.33% of the whole sample. The minimum and maximum ages recorded were 20 and 29 years old,

respectively. In terms of measures of central tendency, the most commonly repeated age was 21 years old, implying that the Mode (Mo=21) for males was 22 years old, and (Mo=22) for women. It was centred on (Me=22.2) years for females and (Me=22.3) years for men in accordance to the observed average. Table 1 shows that the median for both girls and males was (Md=21).

Table 1 - Age

	Gender	N	Mean	Mode	Median	Standard Deviation	Min	Máx
Age	F	5	22.2	22	21.0	1.10	21	24
	M	25	22.3	21	21.0	2.19	20	29

Source: Jamovi (2023)

Table I shows that there is a stronger desire for young boys in the professional setting in areas related to sports management. Given the foregoing, we believe that more and better work in terms of sports pedagogy in younger groups, as well as the dissemination and promotion of themes related to sports management, could, in time, become factors influencing the attractiveness of the sports area, particularly sports management by young females. In terms of the "Shapiro-Wilk" normality test, a value of $p=0.12$ was obtained, which is greater than $p=0.05$, and in the male gender $p=0.11$ was also greater than $p=0.05$, indicating that both the female gender variable (F) and the male gender variable (M), both quantitative variables, have a normal distribution, as shown in Table 2.

Table 2 - Variable normality test gender "Shapiro-Wilk"

Id_Student	Shapiro-Wilk			
	Gender	N	W	P
	F	5	0.828	0.122
	M	25	0.935	0.111

Source: Jamovi (2023)

In connection to the "Shapiro-Wilk" normality test, and based on stratified analysis (age/household/gender), a record of variance in p values was verified, yielding a value of $p<0.001$ for the male gender, indicating that the variable does not have a normal distribution. The female gender has $p<0.135$, which is more than $p<0.005$, indicating that there is a normal distribution in this situation. Table 3 displays these statistics.

Table 3 - Normality test (age/household/gender) "Shapiro-Wilk"

	Gender	N	Mean	Mode	Standard Deviation	Min	Máx	Shapiro-Wilk	
								W	P
Age	F	5	22.20	22.00	1.095	21	24	0.828	0.135
	M	25	22.16	21.00	2.055	20	29	0.830	<0.001
Household	F	5	3.00	3.00	1.000	2	4	0.821	0.119
	M	25	3.28	3.00	0.843	1	4	0.786	<0.001

Source: Jamovi (2023)

HOUSEHOLD - According to the sample investigated, students appear to live in homes with a maximum of four persons, accounting for 46.66% of the sample. We have a value of 33.33% for the aggregate with three elements. It indicates that only one student lives in a family setting, with only one member, accounting for only 3.33% of the total. On the other hand, there is a group of five students who live in a family with two people, accounting for 16.66% of the sample. We have one (Me=14.00) and one (Md=13.00) in

the most representative home, with four elements, showing that the students under analysis live in small families in the total sample. Table 4.

Table 4: Household

Household		N	Mean	Mode	Median
Id	1	1	3.00	3	3.00
	2	5	20.80	21	13.00
	3	10	16.20	15.5	5.00
	4	14	14.00	13.0	1.00

Source: Jamovi (2023)

RESIDENCE - In terms of domicile, we attempted to ascertain from the pupils whether they lived within the Lisbon district or outside of it. According to the data, 63.3% of pupils live in the Lisbon area, while the remaining 36.7% live elsewhere. We conclude that all of the students in the sample live in or near the city of Lisbon. Factors of major importance, considering the difficulties of finding housing in large urban areas. Table 5.

Table 5: Residence

	residence in the district of Lisbon	N	% of total	% accumulated
	Y	19	63.3%	63.3%
	N	11	36.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

When we asked students as part of the study "whether maintenance and security play an important role in the management of sports facilities and spaces" - Question Q4, the data shows that all students are aware of the issue and that all students responded "I completely agree," which corresponds to 100% of the sample. Table 6 shows a value of (Mo=15.50), an average value centred on (Me=15.50).

Table 6: Question Q4 - For the sports manager, do maintenance and security play an important role in the management of sports facilities and spaces?

	Question P4	N	Mean	Mode	Standard Deviation
Id Students	Totally agree	30	15.50	15.50	8.80

Source: Jamovi (2023)

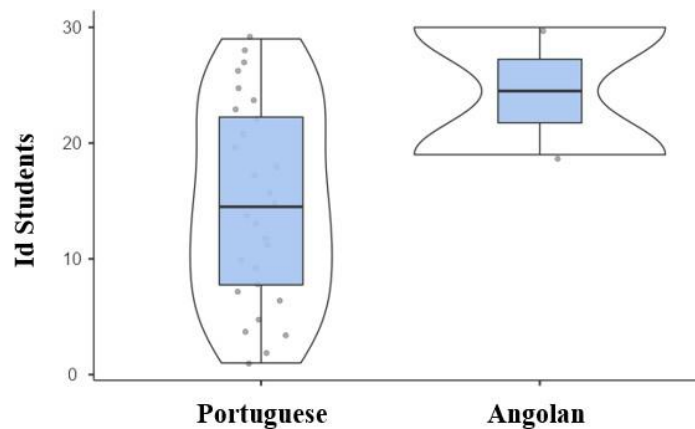
NATIONALITY - The statistics show that there are no doubts: 93.3% of pupils are Portuguese, and just 6.7% are foreigners, primarily of Angolan origin, as shown in Table 7 and graph 1 Boxplot and Violin:

Table 7: Table of nationality frequencies

Nacionality	Counts	% Total	% Cumulative
Foreigners - Angolan	2	6.7%	100.0%
Portuguese	28	93.3%	93.3%

Source: Jamovi (2023)

Graphic 1 - *Boxplot and Violine*: Nationality of students



Source: Jamovi (2023)

The absolute and relative frequencies of the data collected were analysed using frequency analysis. The central tendency and dispersion metrics, namely the mean, median, and mode, standard deviation, variance, maximum, and minimum, were then computed. In exploratory data analysis, statistical tools are typically employed to detect trends that may be buried in grouped data. This analysis supports the evaluation of data quality (Valadares Neto et al., 2017). Some of the fundamental ideas utilised in statistical distributions are frequency analysis, whether absolute or relative. The absolute frequency corresponds to the raw data obtained in a study, expressing the number of times a specific phenomenal occurred, which is typically preliminary data in an examination. It is critical to emphasise that absolute frequency data must always be expressed in real values. The relative frequency is calculated by dividing the number of observed occurrences by the entire sample size (represented by the letter "N") to give a percentage value in relation to the sample size. It is important to highlight that the total of measured relative frequencies must equal 100%.

F1 - THE SPORT MANAGER

F1 - "The sports manager" As a measure of the attributes connected with the sports manager, we have:

Question Q1 - "The functions of a sports manager are: planning, organising, organising, and controlling the organisation, in addition to other required skills related to marketing, communication, social relations, leadership, motivation, legislation, etc.?" received 70.0% (completely agree), with only 30.0% (agree). In short, everyone understands what a sports manager does, as shown in Table 8 - Q1.

Table 8 - Q1

Q1 - Frequencies			
Q1	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	9	30.0%	30.0%
I totally agree	21	70.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 2: "Should the sports manager have training, and be able to assist in the management of organisations, in order to achieve their objectives?", 26.7% of

respondents said they agreed, while 73.3% said they fully agreed. Based on the findings, it is widely accepted that the sports manager requires proper training in order to assist organisations in achieving success, Table 9 - Q2.

Table IX – Q2

Q2 - Frequencies			
Q2	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	8	26.7%	26.7%
I totally agree	22	73.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q3: "The sports manager must be a professional sufficiently qualified to manage any sports infrastructure?" 13.3% agreed and 86.7% absolutely agreed. Given the values established, there is a general knowledge; yet, about four pupils display a lack of confidence in their technical abilities when carrying out their professional activity, Table 10 - Q3.

Table 10 - Q3

Q3 - Frequencies			
Q3	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	4	13.3%	13.3%
I totally agree	26	86.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q4: "Do maintenance and security play an important role in the management of sports facilities and spaces for the sports manager?" 100.0% of respondents responded (totally agree). There is widespread agreement that aspects such as maintenance and security are critical in the operation of any sports facility, Table 11 - Q4.

Table 11 - Q4

Q4 - Frequencies			
Q4	Counts	% Total	% Cumulative
I totally agree	30	100.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

In the continuation of this study, we seek to find out what correlation exists between question Q1 - The functions of a sports manager are: planning, organization, organization and control of the organization, in addition to other required skills related to marketing, communication, social relations, leadership, motivation, legislation, etc., and question Q2 - Should the sports manager have training, and be able to assist in the management of organizations, in order to achieve their objectives? We employed the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, and the following findings were obtained: For Q1, the result of $p=0.1600.005$, indicating a non-significant correlation, corresponds to a Pearson's R value of 0.263, indicating a strong correlation between Q1 and Q1, as shown in Table XII.

On the other side, we correlate question Q2 - Should the sports manager be trained and capable of assisting in the administration of organisations in order to achieve their goals? with question Q3 - Should the sports manager be a qualified professional to manage any sports infrastructure? We employed the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, and the following findings were obtained: The result of $p=0.2720.005$ for Q2 indicates a non-significant correlation, although Pearson's R value corresponds to a value of 0.207, indicating a strong correlation between Q2 and Q3, Table 12.

Table 12: Matrix of corrections from Q1 to Q4

		Q1	Q2	Q3	Q4
Q1	R de Pearson	—			
	p-value	—			
Q2	R de Pearson	0.263	—		
	p-value	0.160	—		
Q3	R de Pearson	-0.043	0.207	—	
	p-value	0.822	0.272	—	
Q4	R de Pearson	NaN	NaN	NaN	—
	p-value	NaN	NaN	NaN	—

Source: Jamovi (2023)

F2 - MAINTENANCE OF SPORTS FACILITIES AND SPACES

Variable F2 - "Maintenance of sports facilities and spaces", in response to Question Q5 - "Preventative maintenance, does it refer to focused maintenance operations to prevent the deterioration of equipment or materials in sports facilities?", 16.7% of respondents responded (neither agree nor disagree), 30.0% responded (agree), and 53.3% responded (completely agree). Table 13 - Q5 shows that more than half of students believe that preventive maintenance is necessary for preventing the deterioration of equipment or materials in sports facilities.

Table 13 - Q5

Q5 - Frequencies			
Q5	Counts	% Total	% Cumulative
I do not agree nor disagree	5	16.7%	16.7%
Agree	9	30.0%	46.7%
I totally agree	16	53.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 6 - "Corrective maintenance, does it refer to maintenance operations consisting of the repair or replacement of an anomaly, malfunction or deficiency of any characteristic of the equipment?", 73.3% of respondents said they completely agreed, while 26.7% said they agreed. Everyone believes that corrective maintenance reports on maintenance and repair operations, Table 14 - Q6, are important.

Table 14 - Q6

Q6 - Frequencies			
Q6	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	8	26.7%	26.7%
I totally agree	22	73.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 7: "Whenever there is deterioration of installed equipment that could jeopardise the safety of users, the entity responsible for the sports facility must immediately carry out its maintenance, repair or replacement and if this is not feasible, remove the equipment?" 86.7% of respondents said they totally agreed, while 13.3% said they agreed. In short, everyone agreed that the body in charge of the sporting equipment or space must assure the equipment's maintenance and repair, Table 15 - Q7.

Table 15 - Q7

Q7 - Frequencies			
Q7	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	4	13.3%	13.3%
I totally agree	26	86.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 8: "The maintenance book is a required document." It must include a thorough and detailed list of all equipment and its suppliers; should repairs and major maintenance activities be documented, as well as complaints and accidents?" Table 16 - Q8 shows that 86.7% of respondents agreed and 13.3% absolutely agreed.

Table 16 - Q8

Q8 - Frequencies			
Q8	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	17	56.7%	73.3%
I totally agree	8	26.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q9 - "For the correct preparation of a maintenance plan, is it necessary to have prior administrative documentation from the entity responsible for its management?", approximately 36.7% of respondents responded (I completely agree), 53.3% responded (agree), and only 10.0% responded (neither agree nor disagree), Table 17 - Q9.

Table 17 - Q9

Q9 - Frequencies			
Q9	Counts	% Total	% Cumulative
I do not agree nor disagree	3	10.0%	10.0%
Agree	16	53.3%	63.0%
I totally agree	11	36.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

We attempted to determine if association exists between question Q5 - Preventative maintenance, refers to focused maintenance activities to prevent the deterioration of equipment or materials in sports facilities, and the answers given in F2 - "Maintenance of sports facilities and spaces." & Q8 - The maintenance book is a required document. It must include a thorough and detailed list of all equipment and its suppliers; should repairs and major maintenance activities be documented, as well as complaints and accidents? We employed the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, and the following findings were obtained: For Q5, the value of $p=0.715>0.005$, indicating an insignificant correlation, whereas the value of R was Pearson correlates to a value of 0.070, indicating a medium correlation, of Q5 with Q8, respectively, Table 18.

We want to know if the correlation between question Q6 - Corrective maintenance refers to maintenance procedures that involve the repair or replacement of an anomaly, malfunction, or shortcoming in some aspect of the equipment. & Q8 - The maintenance book is a required document. It must include a thorough and detailed list of all equipment and its suppliers; should repairs and major maintenance activities be documented, as well as complaints and accidents? We used the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, and obtained the following results: for Q6, the value of $p=0.938>0.005$, an insignificant correlation, whereas the value Pearson's R corresponds to a value of 0.015, that is, close to 0, considered a weak correlation of Q6 with Q8, Table 18. We also make a connection between Q5 - Preventive

maintenance, which refers to focused maintenance operations to prevent the deterioration of equipment or materials in sporting facilities. and question Q9 - Is it necessary to obtain prior administrative documents from the body responsible for its management in order to properly prepare a maintenance plan? We employed the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, and the following findings were obtained: For Q5, the value of $p=0.443>0.005$, indicating a negligible connection, however the R value of Pearson corresponds to a value of 0.146, indicating a strong correlation of Q5 with Q9, Table 18.

Table 18 - Matrix of correlations Q5 to Q9

		Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
Q5	R de Pearson	—				
	p-value	—				
Q6	R de Pearson	0.094	—			
	p-value	0.623	—			
Q7	R de Pearson	-0.200	-0.015	—		
	p-value	0.289	0.938	—		
Q8	R de Pearson	0.070	0.015	0.154	—	
	p-value	0.715	0.938	0.417	—	
Q9	R de Pearson	0.146	-0.104	0.010	0.146	—
	p-value	0.443	0.585	0.957	0.443	—

Source: Jamovi (2023)

F3 - SAFETY OF SPORTS FACILITIES AND SPACES

Variable F3 - "The safety of sports facilities and spaces": Question Q10 - "Should users of sports facilities and spaces take an attentive attitude, reporting and complaining about situations in which there is defective equipment?" received 63.3% (totally agree) and 36.7% (I agree). As a result, we can conclude that most students, as users of sports facilities and places, must pay close attention to the normal operation of sports equipment, Table 19 - Q10.

Table 19 - Q10

Q10 - Frequencies			
Q10	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	11	36.7%	36.7%
I totally agree	19	63.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q11: "It will be urgent for each of us, especially those who have skills in the area of management of sports facilities and spaces, to adopt observation procedures and routines, which establish management models and operating rules, which constitute, in addition to existing regulations, as aids in the strategy for an effective reduction of the risks involved?" 60.0% of respondents responded (completely agree) and 40.0% responded (agree). The findings are noteworthy, indicating that everyone takes precautions to reduce dangers when using sports facilities and areas. In order to better comprehend these results, a "Pearson" correlation matrix between variables will be produced later, Table 20 - Q11.

Table 20 - Q11

Q11 - Frequencies			
Q11	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	12	40.0%	40.0%
I totally agree	18	60.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 12: "Should the entity responsible for sports equipment take out civil liability insurance for damage caused to users due to poor installation and maintenance conditions?", 80.0% of respondents said they completely agreed, while 20.0% said they agreed. Based on the results, we believe that everyone generally believes that civil liability insurance for losses caused to users owing to a lack of any sporting equipment, Table 21 - Q12.

Table 21 - Q12

Q12 - Frequencies			
Q12	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	6	20.0%	20.0%
I totally agree	24	80.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 13 - "In sporting activities carried out in municipal sports facilities and directly dependent on the Municipality, or in which the Municipality participates jointly with other entities, the existence of a sports insurance contract is mandatory, in favour of the participants or users, to be concluded in accordance with the terms and conditions provided for in the legal regime for mandatory sports insurance?", thirty percent of those polled agreed, and seventy percent Table 22 - Question 13.

Table 22 - Q13

Q13 - Frequencies			
Q13	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	21	70.0%	70.0%
I totally agree	9	30.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 14: "After the initial diagnosis of the needs of the installation and its users who determine the activities to be carried out, is it possible to check on the market the best choice of materials and equipment to acquire, thus ensuring a higher quality of operation?", Table 23 - Q14 shows that 23.3% of respondents responded (I absolutely agree), 43.3% responded (I agree), and roughly 33.3% responded (I neither agree nor disagree), indicating that they do not feel comfortable defining their opinion clearly.

Table 23 - Q14

Q14 - Frequencies			
Q14	Counts	% Total	% Cumulative
I do not agree nor disagree	10	33.3%	33.3%
Agree	13	43.3%	76.7%
I totally agree	7	23.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Based on the answers expressed in F3 - "The safety of sports facilities and spaces", we sought to find out what correlation exists between question Q13 - In sports activities carried out in municipal sports facilities and directly dependent on the Municipality, or in which it participates jointly with other entities, is it mandatory to have a sports insurance contract, in favour of participants or users, to be concluded under the terms and conditions

set out in the legal regime for mandatory sports insurance? and question Q14 - After the initial diagnosis of the needs of the installation and its users who determine the activities to be carried out, is it possible to check the market for the best choice of materials and equipment to acquire, thus ensuring a higher quality of operation? To determine the correlation between these two variables, we used the “Pearson” non-parametric correlation matrix, where it was possible to obtain the following results: for Q14 the value of $p=0.130>0.005$, an insignificant correlation, while the value of R was Pearson corresponds to the value of 0.283, that is, far from 0, considered a strong correlation of Q14 with Q13, Table 24. We correlate the question Q10 - Should users of sports facilities and spaces take an attentive attitude, reporting and complaining about situations in which there is defective equipment? and question Q12 - Should the entity responsible for sports equipment take out civil liability insurance for damage caused to users due to poor installation and maintenance conditions? To determine the correlation between these two variables, we used the “Pearson” non-parametric correlation matrix, where it was possible to obtain the following results: for Q10 the value of $p=0.466>0.005$, an insignificant correlation, while the R value of Pearson corresponds to the value of 0.138, that is, far from 0, considered a strong correlation of Q10 with Q12, Table 24. We correlate the question Q11 - It will be urgent for each of us, especially those who have skills in the area of management of sports facilities and spaces, to adopt observation procedures and routines, to establish management models and operating rules, which constitute, for in addition to existing regulations, as aids in the strategy for an effective reduction of the risks involved? and question Q14 - After the initial diagnosis of the needs of the installation and its users who determine the activities to be carried out, is it possible to check the market for the best choice of materials and equipment to acquire, thus ensuring a higher quality of operation? To determine the correlation between these two variables, we used the “Pearson” non-parametric correlation matrix, where it was possible to obtain the following results: for Q11, the value of $p=0.702>0.005$, an insignificant correlation, while the value of R was Pearson corresponds to the value of 0.073, that is, far from 0, considered a strong correlation of Q11 with Q14, Table 24.

Table 24 - Matrix of correlations Q15 to Q19

		Q10	Q11	Q12	Q13	Q14
Q10	R de Pearson	—				
	p-value	—				
Q11	R de Pearson	0.226	—			
	p-value	0.230	—			
Q12	R de Pearson	0.138	0.442	—		
	p-value	0.466	0.014	—		
Q13	R de Pearson	-0.106	0.089	-0.036	—	
	p-value	0.578	0.640	0.849	—	
Q14	R de Pearson	-0.287	0.073	-0.067	0.283	—
	p-value	0.124	0.702	0.725	0.130	—

Fonte: Jamovi (2023)

F4 - ACCESSIBILITIES AND ORGANIZATION OF SPORTS FACILITIES AND SPACES

The variable F4 stands for "Accessibility and ordering of facilities and sports spaces":

Question Q15 - "Sport spaces, as elements that enhance sport, should be thought of and designed as elements that generate sustainable environments?", 50.0% of respondents responded (totally agree), and the remaining 50.0% responded (I agree), which makes us proud to know, as the planning and management of facilities and sports spaces must be thought out and in order to ensure that future generations will find more sustainable, ecological, environmentally friendly facilities and sports spaces.

Table 25 - Q15

Q15 - Frequencies			
Q15	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	15	50.0%	50.0%
I totally agree	15	50.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question 16: "Are architectural barriers and the practise of sport complementary and taken into account in the thinking inherent to the fundamental principles of architecture accessible to sports areas and spaces?", 30.0% of respondents said they absolutely agreed, and 30.0% said they agreed. According to the sum of the comments, the majority of respondents feel that accessible architecture and the layout of sporting facilities and places complement each other. Table 26 - Question 16.

Table 26 - Q16

Q16 - Frequencies			
Q16	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	21	70.0%	70.0%
I totally agree	9	30.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

The question is: "Should sports equipment be built close to schools or other essential services, as this is the only way to fully satisfy the needs of citizens who cannot invest in private clubs to carry out their sporting activities?", 63.3% said they totally agreed, while 36.7% said they agreed. In brief, in order to make sport accessible to all citizens, sports equipment should be positioned near schools and other facilities, and should be accompanied by good access and transportation. Table 27 - Question 17

Table 27 - Q17

Q17 - Frequencies			
Q17	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	11	36.7%	36.7%
I totally agree	19	63.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q18 - "A sports space is called "unusable" when it contains a number of flaws. Is this the case when the decision to maintain or restore the installation is made at the reconstruction level?" Only 43.3% of respondents responded (I absolutely agree), 43.3% responded (I agree), and only 4 students responded (I neither agree nor disagree). According to the findings, despite the fact that some students are undecided, the majority effectively agrees that a sports space is considered "unusable" when it has multiple faults, Table 28 - Q18.

Table 28 - Q18

Q18 - Frequencies			
Q18	Counts	% Total	% Cumulative
I do not agree nor disagree	4	13.3%	13.3%
Agree	13	43.3%	56.7%
I totally agree	13	43.3%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Question Q19 - "A sports space is regarded "useful" when the installation is free of flaws. Is this true when abnormalities can be rectified in tandem with continuous conversation?" 60.0% of respondents said they absolutely agreed, and 40.0% said they agreed. According to the findings, the students' viewpoint is unanimous; everyone thinks that a sports place is regarded "usable" when it is free of flaws, Table 29 - Q19.

Table 29 - Q19

Q19 - Frequencies			
Q19	Counts	% Total	% Cumulative
Agree	12	40.0%	56.7%
I totally agree	18	60.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

We wanted to determine the relationship between question Q18 - A sports space is considered "not usable" when it exhibits multiple flaws, and the responses given in F4 - "Accessibility and organisation of facilities and sports spaces." Is this the case when the decision to maintain or restore the installation is made at the reconstruction level? and question Q19 - A sports facility is termed "usable" when the installation is free of flaws. Is this true when anomalies can be rectified in tandem with continuous conversation? We utilise the "Pearson" non-parametric correlation matrix to determine the correlation between these two variables, since the closer to zero the stronger the correlation. Now let's see, for Q18 the value of $p=0.836>0.005$, an insignificant correlation, whereas the value of Pearson's R corresponds to the value of -0.039, that is, far from 0, considered a reasonable correlation of Q18 with Q19, Table 30. On the other hand, we made a correlation between question Q18 - A sports space is considered "not usable" when it presents several deficiencies. Does this happen when the decision about maintenance or restoration of the installation is at the reconstruction level? and the question Q16 - Are architectural barriers and the practice of sport complementary and taken into account in the thinking inherent to the fundamental principles of architecture accessible to sports areas and spaces?, to determine the correlation between these two variables, we resorted to the "Pearson" non-parametric correlation matrix, where it was possible to obtain the following results: for Q18, the value of $p=0.060>0.005$, an insignificant correlation, the value of Pearson's R corresponds to the value of 0.348, that is, well away from 0, considered a strong correlation of Q18 with Q16, Table 30. We also verified the correlation between question Q15 - Should sports spaces, as elements that enhance sport, be thought of and designed as elements that generate sustainable environments? and question Q17 - Should sports equipment be built close to schools or other essential services, as this is the only way to fully satisfy the needs of citizens who cannot invest in private clubs to carry out their sporting activities? To determine the correlation between these two variables, we used the "Pearson" non-parametric correlation matrix, where it was possible to obtain the following results: for Q15 the value of $p=0.716>0.005$, a non-significant correlation, the value of Pearson's R corresponds to the value of 0.716, that is, far from 0, considered a strong correlation of Q15 with Q17, Table 30.

Table 30 - Matrix of correlations Q15 to Q19

		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19
Q15	R de Pearson	—	-0.073		-0.145	0.136
	p-value	—	0.702		0.445	0.473
Q16	R de Pearson	-0.073	—		0.348	-0.059
	p-value	0.702	—		0.060	0.755
Q17	R de Pearson	0.069	-0.106	—	0.130	0.367
	p-value	0.716	0.578	—	0.493	0.046
Q18	R de Pearson	-0.145	0.348		—	
	p-value	0.445	0.060		—	
Q19	R de Pearson	0.136	-0.059		-0.039	—
	p-value	0.473	0.755		0.836	—

Source: Jamovi (2023)

Following a brief examination of the frequencies of replies to the statements offered (items proposed to measure the variables of this study). In terms of central tendency, it was discovered that the mean and median for all variables in this study have an average value of 4. In terms of mode, the most common value is 5 (I absolutely agree). The observed minimum values range from 3 (neither agree nor disagree) to 5 (totally agree). The data also demonstrates that the sample has some extremes between the maximum and minimum values, which justifies some degree of data dispersion. Table 31 summarises the descriptive statistics for the variables in this investigation.

Table 31 - Descriptive Statistics (F1, F2, F3, F4)

		N	Mean	Median	Mode	Standar Deviation	Min.	Máx.
F1	Q1	30	4.70	5.00	5.00	0.466	4	5
	Q2	30	4.73	5.00	5.00	0.450	4	5
	Q3	30	4.87	5.00	5.00	0.346	4	5
	Q4	30	5.00	5.00	5.00	0.000	5	5
	Q5	30	4.37	5.00	5.00	0.765	3	5
F2	Q6	30	4.73	5.00	5.00	0.450	4	5
	Q7	30	4.87	5.00	5.00	0.346	4	5
	Q8	30	4.13	4.00	4.00	0.346	4	5
	Q9	30	4.27	4.00	4.00	0.640	3	5
	Q10	30	4.63	5.00	5.00	0.490	4	5
F3	Q11	30	4.60	5.00	5.00	0.498	4	5
	Q12	30	4.80	5.00	5.00	0.407	4	5
	Q13	30	4.30	4.00	4.00	0.466	4	5
	Q14	30	3.90	4.00	4.00	0.759	3	5
	Q15	30	4.50	4.50	4.00*	0.509	4	5
F4	Q16	30	4.30	4.00	4.00	0.466	4	5
	Q17	30	4.63	5.00	5.00	0.490	4	5
	Q18	30	4.30	4.00	4.00*	0.702	3	5
	Q19	30	4.60	5.00	5.00	0.498	4	5

Source: Jamovi (2023)

F1 - The sports manager

F2 - Maintenance of sports facilities and spaces
F3 – The Safety of sports facilities and spaces

F4 - Accessibility and planning of sports facilities and spaces

Reliability and internal consistency analysis (Cronbach’s Alpha):

Internal consistency is a method of determining the correlation between multiple items on the same test in statistics or scientific study. It determines whether the several items designed to measure the same construct provide comparable findings. Cronbach's Alpha Coefficient, which is derived by matching correlations between items, is commonly used to assess internal consistency. According to Almeida, Santos, and Costa (2010), the North American psychologist Lee Joseph Cronbach described this coefficient in 1951, and it refers to a method for measuring the reliability of educational and psychological exams. This allowed new interpretations of the reliability index. It can be said that Cronbach's Alpha is the average of the correlations of the items that are part of an instrument (Almeida et al., 2010). The internal consistency index varies between 0 and 1. Normally, a degree of consistency of $\alpha > 0.7$ is expected for reliability to be acceptable; the critical value proposed by Nunnally (1978) was taken as a reference. If values in the order of 0.8 and 0.9 are observed, this indicates a high degree of acceptance. Values below 0.21 mean poor consistency, which in turn are not accepted. In summary, it can be seen in the following table the degree of internal consistency of the Likert items proposed to measure the variables of this study, it has a value of 0.510 which, from the point of view of the degree of reliability, can be considered acceptable, Table 32.

Table 32 - Cronbach's alpha coefficient (F1, F2, F3, F4)

Scale reliability statistics				
	Mean	Standard deviation	α de Cronbach	ϕ de McDonald
Scale	21.6	0.773	0.510	0.527

Source: Jamovi (2023)

CONCLUSIONS

This investigation sought to intervene with students in the third year of a sports management degree at the Universidade Autonoma de Lisboa in the year 2023/2024, in order to ask them to reflect on the topic: "Reflection on Maintenance and Safety of Sports Facilities," based on a set of variables relating to: the sports manager; the maintenance of sports facilities and spaces; the safety of sports facilities and spaces; accessibility and planning of sports facilities. To summarise, for each of the groups of questions raised, F1, F2, F3, and F4, a mixture of individualised responses were received, from which the following conclusions might be drawn: From the thirty total responders to the set of questions asked in variable F1 - "The sports manager," it is inferred that fifteen students answered (agree), corresponding to 50%, and the other fifteen answered (neither agree nor disagree), corresponding to 50%. In this sense, the data tells us that all students believe that sport managers have progressively played an important intervening role in organisations related to sport management, as seen in Table 33.

Table 33 - (F1)

F1 Frequencies - Likert Scale			
F1 - Likert Scale	Counts	% Total	% Cumulative
3	15	50.0%	50.0%
4	15	50.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Concerning the findings for F2 - "The upkeep of sports facilities and spaces," it is concluded that all students responded (yes), equating to 100% of respondents. In relation to the topic, we can conclude that students, in general, believe that sports facility and space maintenance plays a significant role in the administration, conservation, and operation of sports facilities and spaces, Table 34.

Table 34 - (F2)

F2 Frequencies - Likert Scale			
F2 - Likert Scale	Counts	% Total	% Cumulative
4	30	100.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Concerning the "Safety of sports facilities and spaces," defined as F3, it was determined that 29 of the students polled responded (agree), corresponding to 96.7%, and one only responded (neither agree nor disagree), corresponding to 3.3%, with no responses of (disagree) and (strongly disagree). Table 35 shows that the majority of students regard safety to be a decisive and critical factor in the usage and enjoyment of sports facilities and venues.

Table 35 - (F3)

F3 Frequencies - Likert Scale			
F3 - Likert Scale	Counts	% Total	% Cumulative
3	1	3.3%	3.3%
4	29	96.7%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

Concerning the findings of F4 - "Accessibility and Planning of Sports Facilities and Spaces," all students believe that sports spaces are aspects that create new, sustainable, and ecologically friendly surroundings. They do, however, agree that when designing new facilities and sports venues, architectural obstacles and sport must be considered simultaneously. Not less significant, respondents agreed on the importance of creating a sports space near schools and other places that are easily accessible and accessible to all individuals who want to participate in sports, whether they



have restricted or reduced mobility.

In summary, the study reveals that students' perceptions of maintenance practises and the safety of sports facilities are important, and that future sports managers will consider the criteria indicated above. Only then can a better, longer-lasting sports park be achievable, according to Table 36.

Table 36 - (F4)

F4 Frequencies - Likert Scale			
F4 - Likert Scale	Counts	% Total	% Cumulative
4	30	100.0%	100.0%

Source: Jamovi (2023)

References

- Baptista, C. S., & Sousa, M. J. (2011). Como Fazer Investigação, Dissertações, Tese e Relatórios. Pactor.
- Batista, B., Moreira, E. V., Rodrigues, D., & Silva, F. P. (2021). Técnicas de Recolha de Dados em Investigação: Inquerir por questionários e/ou Entrevistas (1ª ed.). Aveiro, Portugal: UA Editora. doi:10.34624/ka02-fq42
- Câmara Municipal de S. João da Madeira (2017). Manual de Manutenção de Instalações Desportivas Municipais da Câmara Municipal de S. João da Madeira.
- Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia (2019). Regulamento n.º 90/2019 de 21/01/2019 – Regulamento Geral de Utilização e Funcionamento das Instalações Desportivas Municipais. Cascais: Câmara Municipal de Cascais.
- Carvalho, P. (2009). “Instrumentos de gestão territorial, inovação e cultura: a Carta Municipal do Património”, in Cadernos de Geografia, Departamento de Geografia (Universidade de Coimbra) e Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, nº 26/27 (2007/2008), Coimbra, pp. 131-135.
- Cervo, A. L.; Bervian, P. A.. (2002). Metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- Castillo, J. (1996). “La Gestion Deportiva Municipal: Su planificacion Estratégica”, Seminário sobre Gestão Desportiva e Descentralização, Conselho Superior de Deportes, Madrid,
- Costa, C (2013). Análises das infraestruturas desportivas cobertas autárquicas do município de Braga.
- Collis, J.; Hussey, R.(2005). Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Constantino, J. (1999). Desporto, Política e Autarquias. Lisboa: Livros Horizonte Lda.
- Constantino, J. (1994). Desporto e Municípios, Lisboa: Livros Horizonte Lda.
- Collis, J.; Hussey, R.(2005). Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Cunha, L. (2003). O espaço, o desporto e o desenvolvimento. 2.ª Edição.Cruz Quebrada. Edições FMH.
- Cunha, L. (2007). O espaço e o desporto – Estudo da acessibilidade ao desporto na sub - Região do Vale do Tejo - Constituição de um modelo de análise”. Dissertação de Doutoramento, Faculdade de Motricidade Humana.
- DaCosta, L.P (Org) (2005). Atlas do Esporte no Brasil: atlas do Esporte, Educação Física e atividades físicas de saúde e de lazer no Brasil. Rio de Janeiro. Shape.
- Gallardo, L. & Jiménez, A. (2004). La gestion de los servicios desportivos municipales – vías para la excelência. Barcelona: Inde publicaciones.
- Gil, Antônio Carlos. (1996). Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Gil, Antônio C. (2006). Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Januário, C. (2010a). Políticas Públicas Desportivas: estudo centrado nos municípios

- da área metropolitana do Porto: Dissertação de Doutoramento apresentado à Faculdade de desporto da Universidade do Porto.
- Lakatos, E. M., Marconi, M. A. (1991). Fundamentos de metodologia científica (3ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Mendes, A. I. S. (2022). Gestão de Instalações Desportivas: A. Mendes. Relatório de estágio profissionalizante para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Desportiva, apresentado à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.
- Morais, C. (2005). Escalas de medida, estatística descritiva e inferência estatística. Escola Superior de Educação. <http://hdl.handle.net/10198/7325>.
- Moreira, M. A.; Rosa, P. R. S. (2013). Uma introdução à pesquisa quantitativa em ensino. Editora da UFMS.
- Pires, G. (2007). Agôn Gestão do Desporto: o jogo de Zeus. Porto: Porto Editora.
- Pires, G.; Claudino, R. (1994). Profissões do Desporto - Perfil de Competências do Treinador e Gestor Desportivo - Estudo de Mercado, Universidade Técnica de Lisboa, Faculdade de Motricidade Humana, Departamento de Ciências do Desporto, Projecto Apoiado pelo Fundo Social Europeu.
- Pires, G., & Lopes, J. (2001). Conceito de Gestão do Desporto. Novos desafios, diferentes soluções. Revista Portuguesa de Ciências Do Desporto, 1(1), 88–103.
- Sarmiento, J. P. (2017). Gestão do Desporto. In Manual de Curso de Treinadores de Desporto//Grau III
- Sarmiento, J. P., & Carvalho, M. (2014). Gestão de Instalações Desportivas. In M. Arraya & M. N. G. Silva (Eds.), Têndencias Contemporâneas da Gestão Desportiva (Vol. 1). Liboa: Visão e Contextos.
- Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, M. (2013). Definições dos enfoques quantitativo e qualitativo, suas semelhanças e diferenças. Porto Alegre, RS: Penso
- Sandberg, J. (1994). Human competence at work: an interpretative approach. Goteberg University.
- Saldanha, J. (2006). Os habitos e os consumos de desporto como contributo para uma gestão desportiva municipal eficaz: Estudo de caso no concelho de Redondo. Lisboa: Tese de Mestrado em Gestão do Desporto. Faculdade de Motricidade Humana da Universidade Técnica de Lisboa.
- Shapiro, S. S., & Wilk, M. (1965). An Analysis of Variance Test for Normality (Complete Samples). Biometrika, 52(3/4), pp. 591-611. Obtido em setembro de 2022, de <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2333709>.
- Sousa, A. (2019). Coeficiente de Correlação de Pearson e Coeficiente de correlação de Spearman: O que medem e em que situações devem ser utilizados. Correio dos Açores, 1. Obtido em setembro de 2023, de <http://hdl.handle.net/10400.3/5365>
- Sousa, M., & Baptista, C. (2014). Como fazer investigação, dissertações, teses e relatórios - segundo Bolonha (5a ed.). Pactor.
- Schemel, H. (1999). “Urbanismo y Ambiente”, IAKS, n.º 16.
- Venliles, F.M. (2005). Manual do gestor de academia. Rio de Janeiro: Sprint.
- Velve, C. (2000). An alternate conception of competence: implications for vocational education and practice. In: UTS Research Centre Vocational Education et Training Working Knowledge: Productive Learning at Work, Sydney. University of Technology Sydney, New South Wales 2000, p.1-11.
- Ventura, P. (2019). A Arquitetura ao serviço do turismo náutico em Portugal, Contextos e Práticas num País de Vocação Turística. Tese de Doutoramento em Motricidade Humana na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto, apresentada à Faculdade de Motricidade Humana - Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Vilelas, J. (2020). Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento (3a ed.). Edições Silabo.



Recebido em: 27/09/2023

Aceite em: 25/11/2023

Endereço para correspondência:

Paulo José Santos Ventura

venturapjs@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0



2024, Vol. 14, e110079

<https://doi.org/10.51995/2237-3373.v14i1e110079>

Oncologia integrativa – uma tendência a ser explorada por profissionais de educação física

Integrative oncology – a trend to be explored by physical education professionals

Oncología integrativa – una tendencia a explorar por los profesionales de la educación física

Vinícius José Costa Linhares da Silva 

Universidade Salgado de Oliveira, Niterói, Brasil – viniciuslinhares01@gmail.com

Leonardo José Mataruna dos Santos 

Canadian University of Dubai, Emirados Árabes Unidos – mataruna@gmail.com

Sabrina Rossi Perez Chagas 

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil - sabrina_chagas@globo.com

Resumo

O Câncer é uma doença que assola todo o mundo. Em 2020 foram quase 10 milhões de óbitos e 19 milhões de diagnósticos com estimativa de crescimento de aproximadamente 50% nas duas próximas décadas. Diante desse cenário um dos grandes desafios das equipes de saúde é buscar recursos complementares que possibilitem reduzir os efeitos secundários causados pelo tratamento, focando no bem-estar completo do paciente. Uma das estratégias que mais vem se destacando no cenário mundial é a Oncologia Integrativa que é uma abordagem centrada no paciente e baseada em evidências que utiliza práticas mente-corpo, modificações no estilo de vida e / ou produtos naturais combinados com o tratamento convencional do câncer. Contudo a Educação Física ainda desempenha um papel tímido quando se trata de atuar no ambiente oncológico e integrativo. Este estudo teve como objetivo discutir como Educação Física pode ser explorada na OI. Para isso foi realizada uma revisão de literatura nos principais sítios científicos utilizando como marcadores as palavras “educação física” e “oncologia integrativa”, em português e inglês. Constatando que dos noventa e cinco estudos encontrados, nenhum atendia a proposta desta pesquisa, uma vez que a área de conhecimento da Educação Física não continha qualquer relação com a Oncologia Integrativa. Acredita-se que essa falta de achados, pode estar relacionada com uma série de fatores, dentre eles: a variação de nomenclaturas utilizadas para tratar sobre OI, a falta de conhecimento por parte dos PEF sobre o crescimento da OI no mundo o que reduz as possibilidades de publicações na área, a não existência de formação específica para PEF atuarem com OI, dentre outros possíveis motivos. Diante ao exposto este estudo concluiu que a Educação Física pode desempenhar um papel importante na Oncologia Integrativa atuando principalmente nas práticas mente-corpo como yoga, tai chi, qigong e dança, até às relacionadas a mudanças do estilo de vida como a realização de avaliação física, consultoria física e atendimentos nas diversas possibilidades de atividades que abranjam a área de conhecimento da Educação Física. Além disso, há a necessidade de reavaliar as grades curriculares dos cursos de Bacharelado a fim de iniciar a formação desses profissionais no segmento oncológico e integrativo, aperfeiçoando-os com especializações dedicadas.

Palavras-chave: Educação Física; Oncologia Integrativa; Exercício Físico.

Abstract

Cancer is a disease that ravages the entire world. In 2020 there were almost 10 million deaths and 19 million diagnoses with an estimated growth of approximately 50% over the next two decades. Faced with this scenario, one of the biggest challenges for healthcare teams is to seek complementary resources that make it possible to reduce the side effects caused by the treatment, focusing on the patient's complete well-being. One of the strategies that has stood out most on the world stage is Integrative Oncology, which is a patient-centered and evidence-based approach that uses mind-body practices, lifestyle modifications and/or natural products combined with conventional cancer treatment. However, Physical Education still plays a timid role when it comes to acting in the oncological and integrative environment. This study aimed to discuss how Physical Education can be explored in OI. To this end, a literature review was carried out on the main scientific sites using the words “physical education” and “integrative oncology” as markers, in Portuguese and English. Noting that of the ninety-five studies found, none met the proposal of this research, since the area of knowledge of Physical Education had no relationship with Integrative Oncology. It is believed that this lack of findings may be related to a series of factors, including: the variation in nomenclature used to deal with OI, the lack of knowledge on the part of PEF about the growth of OI in the world, which reduces the possibilities of publications in the area, the lack of specific training for PEF to work with OI, among other possible reasons. In view of the above, this study concluded that Physical Education can play an important role in Integrative Oncology, acting mainly in mind-body practices such as yoga, tai chi, qigong and dance, even those related to lifestyle changes such as carrying out a physical assessment, physical consultancy and assistance in the various possibilities of activities that cover the area of knowledge of Physical Education. Furthermore, there is a need to reevaluate the curriculum of Bachelor's degree courses in order to begin training these professionals in the oncology and integrative segment, improving them with dedicated specializations.

Keywords: Physical Education; Integrative Oncology; Physical exercise.

Resumen

El cáncer es una enfermedad que asola al mundo entero. En 2020 hubo casi 10 millones de muertes y 19 millones de diagnósticos con un crecimiento estimado de aproximadamente el 50% durante las próximas dos décadas. Ante este escenario, uno de los mayores desafíos de los equipos sanitarios es buscar recursos complementarios que permitan reducir los efectos secundarios provocados por el tratamiento, centrándose en el bienestar integral del paciente. Una de las estrategias que más ha destacado a nivel mundial es la Oncología Integrativa, que es un enfoque centrado en el paciente y basado en evidencia que utiliza prácticas mente-cuerpo, modificaciones de estilo de vida y/o productos naturales combinados con el tratamiento convencional del cáncer. Sin embargo, la Educación Física todavía juega un tímido papel a la hora de actuar en el ámbito oncológico e integrador. Este estudio tuvo como objetivo discutir cómo se puede explorar la Educación Física en OI. Para ello, se realizó una revisión de la literatura en los principales sitios científicos utilizando como marcadores las palabras “educación física” y “oncología integrativa”, en portugués e inglés. Señalando que de los noventa y cinco estudios encontrados, ninguno cumplió con la propuesta de esta investigación, ya que el área de conocimiento de la Educación Física no tuvo relación con la Oncología Integrativa. Se cree que esta falta de hallazgos puede estar relacionada con una serie de factores, entre ellos: la variación en la nomenclatura utilizada para abordar la OI, la falta de conocimiento por parte del PEF sobre el crecimiento de la OI en el mundo, lo que reduce la posibilidades de publicaciones en el área, la falta de capacitación específica del PEF para trabajar con OI, entre otras posibles razones. Teniendo en cuenta lo anterior, este estudio concluyó que la Educación Física puede jugar un papel importante en la Oncología Integrativa, actuando principalmente en prácticas mente-cuerpo como el yoga, tai chi, qigong y danza, incluso aquellas relacionadas con cambios de estilo de vida como la realización de una Evaluación física, asesoría física y asistencia en las diversas posibilidades de actividades que abarcan el área de conocimiento de la Educación Física. Además, es necesario reevaluar el plan de estudios de las carreras de licenciatura para comenzar a formar estos profesionales en el segmento de oncología e integración, mejorándolos con especializaciones específicas.

Palabras Clave: Educación Física; Oncología Integrativa; Ejercicio físico.

Introdução

Mais de 19 milhões de pessoas em todo o mundo foram diagnosticadas com câncer e quase 10 milhões de pessoas morreram por essa doença em 2020. Estima-se que nas próximas duas décadas, o número de novos casos de câncer aumente aproximadamente 50% em todo o mundo, (Sung, Ferlay, *et al.*, 2021) mesmo com todo o avanço nos tratamentos convencionais como por exemplo a cirurgia, quimioterapia, radioterapia, hormonioterapia, transplante de medula óssea ou a combinação de mais de uma dessas modalidades.

Sabe-se que entre 40 e 50% dessas doenças podem ser prevenidas com ações relacionadas ao estilo de vida como a obesidade, diabetes, tabagismo, ingestão de álcool, infecção pelo HPV (Bellanger *et al.*, 2020; Dallat *et al.*, 2014) e atividade física (SBOC, 2022). Esta por sua vez tem sido ressaltada por diferentes instituições como importante aliada para a prevenção e o controle do câncer. Estudos apontam o potencial de prevenir até nove tipos de câncer – mama, cólon, endométrio, esôfago (adenocarcinoma), estômago, rim, bexiga, fígado e pulmão (Patel *et al.*, 2019; INCA, 2020; Rock, Rock *et al.*, 2020; WHO, 2020; Carvalho *et al.*, 2020; Ministério da Saúde, 2020; SBOC, 2022; Deminice *et al.*, 2022).

Independentemente do tipo de tratamento, costumam ser de alta complexidade causando uma série de efeitos colaterais. Diante disso, um dos grandes desafios das equipes de saúde que cuidam desse público é buscar recursos complementares que possibilitem reduzir os efeitos secundários causados pelo tratamento, focando no bem-estar completo do paciente.

Umas das estratégias que mais vem se destacando no cenário mundial é a Oncologia Integrativa (OI). Este termo foi utilizado em sua primeira vez em um texto produzido pelo Dr. Robert Wittes no ano de 2000, com o título OI: Cuidados do Câncer para o próximo milênio (NIH, 2000). Dr. Robert que era diretor da unidade de tratamento e diagnóstico do câncer do National Cancer Institute (NCI) abordou a OI como um ramo da Medicina Integrativa que usa práticas alternativas e complementares baseadas em evidências de forma integrada com a medicina convencional (Abrams, 2009).

De acordo com a *Academic Consortium for Integrative Medicine & Health*, a Medicina e Saúde Integrativa reafirma a importância da relação entre o paciente e profissional de saúde. É focada na pessoa em seu todo, é informada por evidências e faz uso de todas as abordagens terapêuticas e de estilo de vida adequadas, profissionais e disciplinas para obter o melhor da saúde e da cura. Já a OI utiliza o mesmo princípio da Medicina Integrativa (MI), só que voltado ao tratamento oncológico. Sendo assim definida como uma abordagem centrada no paciente e baseada em evidências que utiliza práticas mente-corpo, modificações no estilo de vida e / ou produtos naturais combinados com o tratamento convencional do câncer (Witt *et al.*, 2017).

Nesse sentido as práticas mente-corpo como a yoga, tai chi, qigong, entre outras; e as modificações no estilo de vida com a prática de exercícios físicos (ExF) propriamente dito, podem ser ministradas por profissionais de Educação Física (PEF), haja vista que o movimento está inserido em todas essas práticas. Diante ao exposto, o presente estudo tem como objetivo discutir como Educação Física (EF) pode ser explorada na OI, relacionando os temas a fim de compreender como essas áreas podem se relacionar.

Métodos

Com o intuito de identificar uma possível relação entre a EF e OI, realizou-se uma revisão de literatura sobre o tema com base em pesquisas publicadas nas plataformas acadêmica científica disponíveis on-line PUBMED, SCIELO e GOOGLE ACADÊMICO, reunindo de forma qualitativa, os dados que atendam ao objetivo proposto, utilizando os parâmetros "educação física" OR ou "*physical education*" AND "oncologia integrativa" OR "*integrative oncology*" em 01 de dezembro de 2023.

O critério de exclusão foi pautado na seleção dos artigos que não se relacionavam a área de conhecimento EF com a abordagem OI.

Resultados

Na etapa da avaliação foi possível constatar que os 95 (noventa e cinco) estudos encontrados (tabela 1) não atendiam a proposta desta pesquisa, uma vez que a área de conhecimento da EF não continha qualquer relação com a OI.

Tabela 1 – Artigos encontrados e excluídos

Plataforma de Pesquisa	Resultado das Combinações	
	" <i>physical education</i> " AND " <i>integrative oncology</i> "	"educação física" AND "oncologia integrativa"
PubMed	2	0
Google Acadêmico	82	11
Scielo	0	0

Fonte: Desenvolvido pelo autor, 2023

Discussão

A falta de achados pode estar relacionada com uma série de fatores, dentre eles: a variação de nomenclaturas utilizadas para tratar sobre OI, a falta de conhecimento por parte dos PEF sobre o crescimento da OI no mundo (o que reduz as possibilidades de publicações na área), a não existência de formação específica para PEF atuarem com OI, dentre outros possíveis motivos.

OI e outras nomenclaturas relacionadas

Desde 2002, a OMS vem buscando incentivar e fortalecer a inserção e o reconhecimento da medicina tradicional complementar e integrativa (MTCI) (Mao *et al.*, 2021). Esta por sua vez, refere-se a um amplo conjunto de práticas de atenção à saúde baseado em teorias e experiências de diferentes culturas utilizadas para promoção da saúde, prevenção e recuperação, levando em consideração o ser integral em todas as suas dimensões.

De acordo com Almeida *et al.*, (2022), pode-se dizer que a MTCI constitui importante modelo de cuidado à saúde, sendo em muitos países a principal, às vezes, a única via de acesso à saúde para a população. Em outros países, a forma de inserção nos sistemas de saúde acontece de forma complementar ao sistema convencional biomédico como é o caso do Brasil.

Existe uma complexa e diversificada composição de nomenclaturas para tratar das MTCI. No Brasil, a mais utilizada para tratar dessa classificação são as PICS. Estas por sua vez, abrangem racionalidades médicas e recursos terapêuticos que envolvem abordagens que buscam estimular mecanismos naturais de prevenção de agravos, promoção e recuperação da saúde por meio de tecnologias eficazes e seguras. Possuem

ênfase no vínculo terapêutico, na escuta acolhedora, na integração do ser humano com o meio ambiente e a sociedade e uma abordagem ampliada no processo saúde-doença (Pereira, 2022).

Outra nomenclatura muito utilizada na literatura, principalmente internacional é a OI que é considerada como um dos ramos da MI, que se trata de uma evolução da Medicina Complementar e Alternativa (MCA). Esta por sua vez, refere-se a práticas não convencionais que podem ser utilizadas em conjunto com a Medicina Convencional, tendo em vista o seu embasamento científico, diferentemente da Medicina Alternativa que na maioria das vezes, substitui o tratamento convencional por suas práticas empíricas.

Convém destacar que até 2008, a MCA era definida como um conjunto de sistemas, práticas e produtos de uso clínico, não considerado como prática médica convencional, de reconhecida eficácia pela comunidade científica (Balneaves et al., 2008). Mas ainda existe muita discussão quanto a questão conceitual desses termos, mas em um contexto geral pode-se dizer que as terapias da MCA usadas em substituição a medicina convencional são chamadas de "alternativas" e as terapias MCA usadas junto com a medicina convencional são consideradas "complementares". A "MI" nada mais é do que a incorporação cuidadosa desses conceitos, valores e práticas (Barrett *et al.*, 2003).

Um estudo que trata de forma bastante crítica a definição de MCA aponta que o conceito supracitado não atende na sua totalidade. Hübner (2022) aponta que um método pode ser alternativo em um paciente e complementar em outro. Sugerindo assim tais definições:

“A medicina alternativa é qualquer uso de método não baseado em evidências em vez de ou junto com o tratamento baseado em evidências, mesmo sem considerar os riscos de efeitos colaterais ou interações.

Em contraste, a medicina complementar compreende métodos adicionais e complementares baseados em evidências, combinados com o tratamento principal de câncer baseado em evidências, para os quais o perfil de risco é bem conhecido e considerado em uma avaliação risco-benefício de forma individual para o paciente. A medicina complementar tem diferentes origens, como naturopatia, fitoterapia, técnicas mente-corpo. O objetivo da medicina complementar é reduzir os efeitos colaterais dos tratamentos oncológicos, melhorar o bem-estar e a qualidade de vida.”

Diante desses conflitos, o termo MCA vem entrando em desuso com o passar do tempo e evoluindo gradativamente para Práticas ou Medicina Complementares e/ou Integrativas.

Um estudo realizado por pesquisadores da Universidade de Zurique na Suíça teve como objetivo encontrar uma definição abrangente para a OI. Para isso, fizeram uso de um método misto composto por uma análise da literatura e um procedimento de consenso que incluiu a participação de especialistas interdisciplinares e pesquisas. A definição final foi que a OI é um campo de tratamento do câncer centrado no paciente e informado por evidências que utiliza práticas corporais e mentais, produtos naturais e/ou modificações no estilo de vida de diferentes tradições juntamente com os tratamentos convencionais do câncer. A OI visa otimizar a saúde, a qualidade de vida e os resultados clínicos durante todo o tratamento do câncer, além de capacitar as pessoas para prevenção do câncer tornando-as participantes ativas antes, durante e após o tratamento do câncer (Witt *et al.*, 2017, traduzido pelo autor).

Dentro desse contexto, é importante destacar que alguns desses conceitos como é o caso da MI e OI, se apropriam de forma muito clara da medicina baseada em evidências.

Esta, aplica o método científico como única possibilidade e visa como ideal os profissionais de saúde fazerem uso consciente, explícito e criterioso das melhores evidências atuais em suas práticas cotidianas. Embora os defensores da medicina alternativa reconheçam que o efeito placebo pode desempenhar um papel nos benefícios que alguns recebem das terapias alternativas, eles apontam que isso não diminui sua validade. Eles acreditam que a medicina alternativa pode trazer benefícios à saúde por meio do empoderamento do paciente, oferecendo mais opções ao público. Os pesquisadores que julgam os tratamentos pelo método científico se preocupam com esse ponto de vista, pois não aborda a possível ineficácia dos tratamentos alternativos (Tabish, 2008), sem considerar a questão da segurança.

Tendo em vista a alta complexidade do tratamento de câncer e seus efeitos colaterais, cada vez mais se buscam recursos complementares baseados em evidências que possibilitem desenvolver o autocuidado focado no bem-estar do paciente. Para tanto, a MI, que é o termo mais usados para abordar esse tema, têm como prioridade uma parceria entre o médico responsável pelo tratamento e seu paciente na manutenção da saúde, fazendo com que este seja o “ator” principal no processo de recuperação. Isso ocorre, na maioria das vezes, com o apoio de uma equipe multidisciplinar que associa outras práticas às convencionais, com base nas temáticas: Desenvolvimento pessoal e espiritualidade, mente-corpo, ocupação e lazer, sono e descanso, nutrição, relação com o meio ambiente, relacionamento interpessoal e exercício e movimento.

As práticas mente-corpo, movimento e exercícios que compõem importantes pilares na MI, podem ser representadas em diferentes modalidades de atividades que, deveriam ser ministradas por PEF, como é o caso da yoga, o tai chi, qi gong, exercícios convencionais, biodança etc. Devemos pensar que, para que as práticas sejam ministradas de forma segura, faz-se necessário que sejam devidamente orientadas por um profissional qualificado e com conhecimento especializado em cada área de atuação.

Em janeiro de 2022 o Ministério da Saúde publicou a portaria Nº 15 que inclui as atribuições do PEF na Tabela de Procedimentos, Medicamentos, Órteses, Próteses e Materiais Especiais do SUS. Tal medida pode ser considerada uma grande conquista para a EF dentro do contexto das PICS, haja vista ampliar de forma considerável o campo de atuação dos PEF no SUS.

Diante desse cenário, a EF vem obtendo importantes conquistas na área de saúde, hospitalar e nas PICS que permitem contribuir na valorização e ampliação do escopo de trabalho conforme apresentado na tabela 2.

Tabela 2 - Principais conquistas da EF no contexto da Saúde, atuação hospitalar e nas PICS

DATA	PROVIDÊNCIA	NORMATIVA
06 março 1997	O reconhecimento do PEF como profissional da saúde.	Resolução CNS nº 218 (BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE, 1997)
01 setembro 1998	Regulamentação da AF e saúde atendendo aos propósitos da promoção, prevenção, proteção e reabilitação da saúde, por meio do ExF e da AF, se constituindo em campo de intervenção do PEF e se submete ao controle técnico e ético profissional.	Lei nº 9696/1998 (BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE, 1998)
18 fevereiro 2002	Intervenção do Profissional de Educação Física e respectivas competências e define seus campos de atuação profissional	Resolução CONFEF nº 046
30 março 2006	Inclusão da EF na Política de Promoção da Saúde.	Portaria Ministerial nº 687/GM (BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE, 2006)

28 março 2017	Atualiza o serviço especializado 134 Práticas Integrativas e Complementares na tabela de serviços do Sistema de Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES).	Portaria nº 633 (BIBLIOTECA VIRTUAL EM SAÚDE, 2017)
17 fevereiro 2020	Reconhecimento e a legitimação da intervenção do Profissional de Educação Física na Saúde através da publicação do código Permanente 2241-40 na Classificação Brasileira de Ocupações.	Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (CONFEF, 2020)
26 agosto 2020	Definir a atuação do PEF em contextos hospitalares em níveis de atenção primária, secundária e/ou terciária em saúde, podendo "atuar em toda e qualquer área da atenção à saúde, às quais se reconhecem os benefícios da atividade física e do exercício físico".	Resolução nº 391 (GOVERNO FEDERAL, 2020)
07 janeiro 2022	Ampliação do campo de atuação nas PICS em saúde que consolida a possibilidade de atuação de PEF nesse segmento.	Portaria nº 15 (CONASS, 2022)

Fonte – Desenvolvida pelo autor, 2023

O crescimento da OI

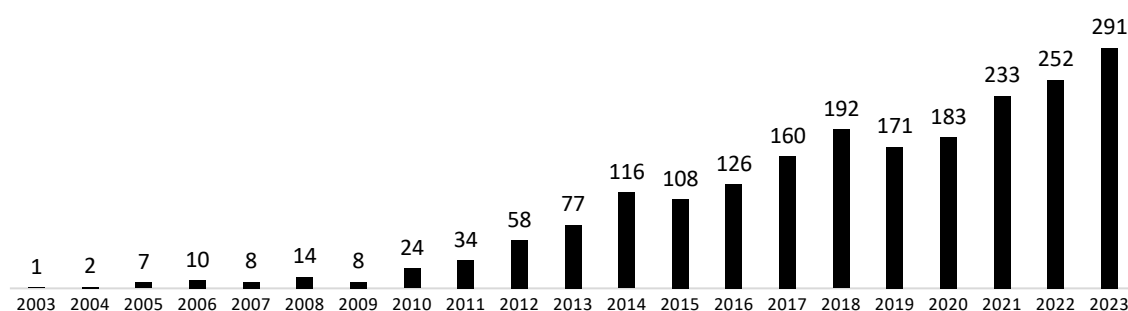
O campo da OI surgiu nos últimos anos, à medida que o interesse e o uso dessas terapias aumentaram. Conforme já abordado, o objetivo desta disciplina científica é combinar a medicina complementar baseada em evidências e o tratamento convencional do câncer para atender às diversas necessidades dos pacientes e suas famílias. Contudo, para fins contextuais, faz-se necessário um breve histórico sobre o surgimento da OI para uma melhor compreensão do termo e sua representatividade no campo da ciência da saúde.

A partir de 1999 os principais CTO da América do Norte começaram um processo de integração de práticas como a acupuntura, *mindfulness*, yoga e aconselhamento para o estilo de vida combinados ao tratamento convencional (Yun, 2017). Instituições como o *Memorial Sloan Kettering Cancer Center* criaram o primeiro Serviço de MI para fornecer terapias complementares baseadas em evidências para melhorar a qualidade de vida dos pacientes aliviando os sintomas físicos e emocionais associados ao câncer e seus tratamentos. Além deste, vários outros centros líderes no tratamento do câncer, incluindo o *MD Anderson Cancer Center* da Universidade do Texas e o *Dana-Farber Cancer Institute*, também formaram programas de MI (Mao, 2018).

Três anos após a criação do termo OI pelo Dr. Robert Wittes, foi criada a *Society for Integrative Oncology* (SIO) que hoje é uma das principais organizações multidisciplinares de OI. Sem fins lucrativos, ela é focada na comunicação, educação e pesquisa para reunir profissionais de várias disciplinas com foco no cuidado de pacientes com câncer e sobreviventes. Desde sua criação, a SIO publica importantes periódicos no segmento através do *Journal of the Society for Integrative Oncology*. Em 2023 a instituição já contava com 599 (quinhentos e noventa e nove) membros de 44 (quarenta e quatro) países (SIO, 2022). Tendo o Brasil 1 (um) representante, o Dr. Ricardo Ghelman, médico oncopediatra, fundador do Consórcio Acadêmico Brasileiro para Saúde Integrativa (CABSIN).

Ainda em 2003 foi encontrado o primeiro estudo publicado no PUBMED-MEDLINE que cita no seu texto o termo "*Integrative Oncology*". Em 2005 já foi possível identificar 7 estudos utilizando o respectivo termo, sendo que cinco deles nos títulos das pesquisas. De lá para cá, vem crescendo significativamente o número e qualidade dos estudos em OI (Figura 1).

Figure 1 - Crescimento das publicações com o termo “Integrative Oncology” no PUBMED



Fonte: PUBMED, 2023 (modificado pelo autor). Atualizado até 03 de dezembro de 2023

De acordo com uma metanálise exploratória desenvolvida por pesquisadores alemães, até 2009, em média, metade do número de pacientes oncológicos utilizavam a MCA, concluindo que a MI nos cuidados oncológicos foi aumentando nos anos que antecederam a respectiva publicação. (Horneber *et al.*, 2012)

Neste mesmo ano, ao menos 07 (sete) entidades de pesquisa em oncologia já ofereciam programas integrativos. Além dos três supracitados por Mao (2018), pode-se relacionar também o *Johns Hopkins University*, *University of California, San Francisco* (UCSF), *University of California, Los Angeles* (UCLA) e a *Mayo Clinic* (Geffen, 2010).

No ano seguinte, Brauer *et al.* (2010) realizaram uma análise sistemática dos sítios eletrônicos de 41 (quarenta e um) CTO cadastrados no *National Cancer Institute* (NIH) para identificar a existência de informações sobre MCA. Os autores concluíram que enquanto há um número crescente de CTO líderes fornecendo informações sobre MCA e informações oncológicas de suporte para pacientes por meio de seus *sites*, a qualidade e a facilidade de navegação nesses sites permanecem muito variáveis. A maior parte dos sites foram “desenhados” para informar e capacitar pacientes e famílias que buscam informações de MCA e cuidados de suporte (Brauer *et al.*, 2010).

Esse mesmo estudo identificou que dentre as terapias MCA mais mencionadas nesses sites incluíam: acupuntura (59%), meditação, nutrição, yoga e aconselhamento espiritual (56% para cada), Biofeedback e massagem (54% para cada), musicoterapia (51%), arte e exercício (46% para cada), imaginação guiada e ervas (44% para cada), suplementos dietéticos (42%), t'ai chi (38%), Reiki (37%), hipnose (32%) e Ayurveda e toque de cura (29% para cada) e qigong e dança (27% para cada).

Em 2017 Yun *et al.* refizeram o estudo supra com o objetivo de avaliar o crescimento da MI nos principais centros acadêmicos de câncer dos Estados Unidos, com base em informações dos seus respectivos *sites*. Tratou-se de uma revisão sistemática de 45 (quarenta e cinco) *sites* de CTO vinculados ao NCI, onde esses CTO foram comparados com base em informações sobre cada modalidades fornecidas.

Os resultados apontaram que a terapia de MI mais comumente mencionada nos *sites* foram ExF com 44 instituições (97,8%), o que representa um aumento de 51% em relação a 2009 (quando apenas 19 instituições, 46,3% mencionavam), seguido de acupuntura e meditação (88,9% cada), ioga (86,7%), massagem (84,4%) e musicoterapia (82,2%). Por mais que o ExF tenha sido a terapia mais mencionada, não foi a mais ofertada, pois as terapias mais comuns oferecidas foram acupuntura/massagem (73,3% cada), meditação/yoga (68,9% cada), consultas sobre nutrição (91,1%), suplementos alimentares (84,4%) e ervas (66,7%).

Por fim o estudo concluiu que houve um crescimento substancial na presença de MI nos *sites* dos centros abrangentes de câncer designados pelo NCI desde 2009 e que a maioria dos centros oferece serviços de MI dentro dos mesmos sistemas de saúde acadêmicos onde estão localizados (Yun et al., 2017).

Em 2019 foi realizada uma reunião em Paris com os objetivos de aproveitar a experiência e conhecimento de especialistas de 6 países (Estados Unidos, França, Itália, Bélgica, Israel e Espanha) para iniciar uma colaboração internacional, compartilhando detalhes de diferentes modelos existentes e discutindo perspectivas futuras sobre o uso de terapias complementares e integrativas no tratamento do câncer, para ajudar a definir e orientar a prática em OI, bem como definir necessidades não atendidas.

O relatório final do evento apontou que a OI segue evoluindo ao longo do tempo, assim como vem mudando também as expectativas dos pacientes que antes buscavam a OI visando a sobrevivência, para uma preocupação mais voltada a qualidade de vida durante e após o tratamento.

Os pesquisadores identificaram ainda que cada país oferece um padrão de atendimento em OI por questões multifatoriais que podem ser influenciadas por nuances sociais e culturais. O que eles entendem como algo bom, haja vista possibilitar um *benchmarking* descritivo de modelos e experiências que podem ajudar a orientar o desenvolvimento futuro de novas ou iniciativas já existentes (Toledano *et al.*, 2021).

Uma revisão realizada por Mao *et al.* (2021) apresentou um tópico com exemplos de processo e desafios da integração entre MTCTI e a medicina convencional em países de baixa e média renda. No que tange a América Latina, os autores apresentaram referências que estimam que entre 50% e 90% de pacientes adultos ou pediátricos com câncer utilizam MTCTI.

Além disso, o estudo citou que vários centros médicos brasileiros estabeleceram programas integrativos de oncologia com foco acadêmico em atendimento clínico, ensino e pesquisa como é o caso do Hospital Israelita Albert Einstein em São Paulo, o Instituto Nacional do Câncer no Rio de Janeiro e os hospitais universitários de São Paulo e Fortaleza). Os autores abordam ainda que o Brasil possui uma política nacional que integra a MTCTI ao SUS, que hoje contempla 29 práticas. E apesar do reconhecimento de sua política, essas práticas não são fornecidas rotineiramente para pacientes oncológicos em centros de saúde convencionais.

O Ministério da Saúde do Brasil encarregou o CABSIN, juntamente com o Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde/Organização Pan-Americana da Saúde, de gerar diretrizes clínicas baseadas em revisões sistemáticas que avaliam evidências clínicas e resultados de tratamentos relacionados aos sintomas do câncer, como fadiga, dor, náusea, vômito entre outras possíveis condições de câncer (Mao *et al.*, 2021) disponível no site <https://mtci.bvsalud.org/mapas-de-evidencia/>.

De acordo com a empresa líder no segmento de consultoria de desenvolvimento de negócios no ramo de saúde e MI, em 2013 havia 36 (trinta e seis) serviços de saúde/clínicas oferecendo ao menos um tipo de terapia integrativa com base na OI nos Estados Unidos (Siegel & Barros, 2013). Em 2022, 9 anos após, foi possível identificar no mesmo diretório nacional de provedores de OI, 204 (duzentos e quatro) centros oferecendo algum tipo de serviço de OI, o que representa um aumento de 266% em quase 10 (dez anos).

Formação de PEF para atuação em OI

Inicialmente convém destacar que há uma grande dificuldade em tratar dados científicos sobre PEF quando analisadas informações de outros países. Acredita-se que isso ocorra devido as diferentes formas de representação do profissional, ou seja, como eles são chamados nos diferentes lugares do mundo. Por exemplo, no Brasil estes profissionais costumam ser chamados de PEF, professor de EF, educador físico, *personal trainer*, fisiologista, treinador, instrutor etc. Já nos Estados Unidos podem ser chamados de especialista, terapeuta, *personal trainer*, certificado, instrutor etc.

Acredita-se que essa diferença de tratamento entre as nações ocorra em função dos tipos de formação. A critério de exemplo, no Brasil a porta de entrada para atuar na área é o curso de 4 anos de Bacharelado em EF. Em países como os Estados Unidos existem ao menos 3 cursos que habilitam nesse segmento, Ciência do Exercício, Cinesiologia e Fisiologia do Exercício. Já no oriente médio a certificação para atuar como PEF pode ocorrer através de cursos que vão de 1 semana a 3 meses, o que demonstra a diversidade de nomenclaturas e tempo de formação.

Além dessa diferença, enquanto no Brasil existem os cursos chamados de pós-graduação *lato sensu* ou especialização, que não são pré-requisitos para atuações em segmentos específicos como o câncer, já nos Estados Unidos existem as certificações como */ACS Certified Cancer Exercise TrainerSM* do ACSM (para atuar com câncer), *Fellowship in Integrative Medicine* da *University of Arizona* (para atuar com MI) que são comumente exigidas para trabalhar em segmentos específicos como o oncológico e integrativo respectivamente.

Não foi possível identificar cursos ou formações que capacitem PEF a atuar com OI. Geralmente os cursos sejam eles, de extensão ou de especialização, contemplam capacitar profissionais de saúde em geral para atuação nas áreas de forma separada: Oncologia, MI, PICS etc.

Diante disso, existe uma carência de informação e formação no segmento das PICS para PEF, como foi visto em um estudo realizado por pesquisadores da Universidade de São Paulo que analisaram a presença das PICS nas grades curriculares dos cursos de EF de universidades públicas federais e estaduais brasileiras (Barboni e Carvalho, 2021).

O estudo analisou 172 matrizes curriculares de cursos ativos e regulares de 87 instituições de ensino superior do Brasil, sendo 61% licenciaturas e 39% bacharelado. Desses, foram identificados 37 currículos (20 licenciaturas e 17 bacharelados), distribuídos em 25 universidades, que apresentaram pelo menos uma oferta de disciplina voltada para a área de PICS.

E como esperado, os resultados evidenciam pouca inserção do tema nos currículos de graduação e, quando presente, se dão através de ofertas majoritariamente optativas (80%), tecnicista e sem diálogo com o SUS. Sendo encontrada ainda pouca participação da área na produção científica e pós-graduação em PICS. A EF encontra-se ainda bastante afastada do campo da pesquisa em PICS, não possuindo protagonismo nos grupos de pesquisa e não sendo identificadas linhas nessa temática em programas de pós-graduação em EF do Brasil. Esse distanciamento do debate acadêmico sobre PICS gera várias lacunas, não apenas formativas, mas na produção científica sobre essas práticas. (Bartoni e Carvalho, 2021).

Acredita-se que o problema ainda seja maior do que os apresentados. As poucas discussões que existem nesse âmbito tratam de treinamento e capacitação no contexto amplo de PICS, ou seja, aborda conhecimentos gerais sobre a temática como

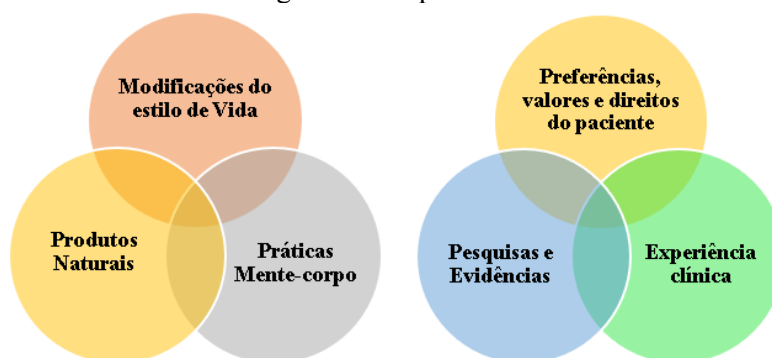
Especializações em Bases da Saúde Integrativa e Bem-estar, PICS: Ampliação da cultura de cuidado, etc. Apesar de importante, esse tipo de formação pode não suprir de forma plena uma carência em formações que possibilitem os PEF a atuarem com modalidades físicas específicas no âmbito integrativo, como é o caso da abordagem de ExF direcionada a uma doença crônica, yoga, tai chi etc.

AF / ExF na OI

Um estudo desenvolvido por pesquisadores do Serviço de MI do *Memorial Sloan Kettering Cancer Center* de Nova York, buscou apresentar uma visão geral da OI. Nesta pesquisa, os autores apresentaram evidências suficientes para tratar a AF como a única terapia oncológica integrativa com vantagem relacionadas a sobrevida (Deng G; Cassileth B, 2014).

A OI se ampara basicamente em três pilares: modificações no estilo de vida, práticas mente-corpo e produtos naturais de diferentes tradições juntamente com os tratamentos convencionais do câncer. Além disso, está associada a três componentes: prática informada por evidências, preferências, valores e direitos do paciente e experiência clínica conforme representado na figura 02.

Figure 2 - Amparo da OI



Fonte: *Putting Integrative Oncology Into Practice: Concepts and Approaches*, 2019, traduzido pelo autor.

Considerando a necessidade de abordar a OI com base na medicina baseada em evidências, Latte e Mao (2019) apresentam ainda um material de apoio com sugestões de encaminhamento de terapias integrativas que podem auxiliar pacientes e provedores nas discussões e na tomada de decisão de encaminhamento para práticas (figura 3). Convém destacar que a AF e ExF compõe um dos pilares do gerenciamento do estilo de vida para uma consulta de OI. Já com relação ao controle de sintomas na MI, destacam-se a Yoga para fadiga, insônia, ansiedade e ondas de calor, Tai chi para insônia e ExF para fadiga.

Figure 3 - Melhores abordagens e razões para encaminhamentos de medicina integrativa

Integrative oncology consultation				
Lifestyle management • Nutrition and diet • Physical activity and exercise • Sleep hygiene • Stress management		Herb and supplement consultation • Assess and address CAM expectations • Evaluate safety and potential herb-drug interactions • Discuss evidence and advise on appropriate herb or supplement use in the cancer setting		
Integrative medicine for symptom control				
Symptom	Pain	Fatigue	Insomnia	Anxiety
Modality	• Acupuncture³⁰ • Massage³³⁻³⁵ • Meditation⁶¹⁻⁶⁴	• Exercise¹⁴⁻¹⁶ • Yoga^{7,47} • Acupuncture^{30,32}	• CBT-^{22,23} • Yoga^{7,47} • Tai chi^{7,25}	• Meditation¹⁰ • Yoga¹⁰ • Massage^{34,35}
Symptom	Nausea and vomiting	Neuropathy	Dry mouth	Hot flashes
Modality	• Acupuncture¹⁰ • Acupressure¹⁰	• Acupuncture³⁰ • Massage⁶⁵	• Acupuncture³⁰	• Acupuncture³⁰ • Hypnosis⁶⁶ • Yoga^{67,68}

Fonte: *Putting Integrative Oncology Into Practice: Concepts and Approaches*, 2019.

Por mais que não tenha sido direcionada a OI, a Universidade de Duke desenvolveu em 2010 umas das figuras mais emblemática do segmento que é a Roda da Saúde para uso na MI, onde o movimento, exercício e descanso representam 01 (um) dos 07 (sete) pilares para o bem-estar dos indivíduos (figura 4).

Figure 4 - Roda da Saúde - Duke Integrative Medicine



Fonte: *Duke Integrative Medicine Wheel of Health*. Copyright, 2010.

No ano de 2021, a Universidade de DUKE disponibilizou em seu Blog, ouotro modelo de Roda da Saúde como guia para que pacientes pudessem realizar uma autoavaliação. Neste modelo, foi possível perceber que os pilares ExF e descanso foram abordados de forma mais enfática, por estarem ilustrados em pilares separados (figura 5).

Figure 5 - Roda da Saúde - Duke Integrative Medicine
Wheel of Health

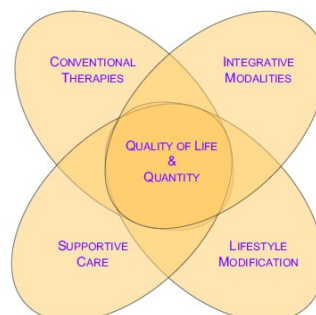


Fonte: *Assess Your Well-Being with the Wheel of Health. Duke Integrative Medicine, 2021*

Os ExF representam um pilar tão importante dentro do contexto integrativo que pesquisadores Americanos perceberam a necessidade de criar uma capacitação de 6 a 12 semanas, compreendida de 24 horas, para que provedores de saúde, principalmente médicos, tivessem acesso a informações julgadas úteis de como lidar com ExF para aplicação na prática clínica voltada a prevenção e gerenciamento de doenças relacionadas ao estilo de vida (Linda *et al.*, 2015).

Ratificando os conceitos e ilustrando para um melhor entendimento, a figura 6 representa um modelo de OI para atendimento holístico ao paciente onde junto com o tratamento convencional e suporte estão as modalidades integrativas como yoga, tai chi, entre outras e a modificação do estilo de vida que os ExF representam um importante pilar.

Figura 6. Um modelo oncológico integrativo de atendimento holístico ao paciente



Fonte: *What is integrative oncology and can it help my patients? 2012.*

Conclusões e recomendações

Apesar da falta de estudos que atendam ao objetivo da pesquisa, foi possível concluir que alguns fatores poderiam estar contribuindo para essa carência. Entretanto, na busca por respostas, o material analisado permitiu constatar que o PEF pode ter um papel fundamental nas práticas da OI, ampliando assim o seu mercado de trabalho com diversas possibilidades; empreendendo, administrando negócios, ministrando diferentes tipos de orientação física que vão desde as práticas mente-corpo como yoga, tai chi, qigong e dança, até às relacionadas a mudanças do estilo de vida como a realização de avaliação

física, consultoria física e atendimentos nas diversas possibilidades de atividades que a EF possibilita.

Apesar da evolução da EF ao longo do tempo, ainda não existem muitas disciplinas voltadas para atuação do PEF no segmento hospitalar o que poderia ser uma porta de entrada para que esses profissionais fossem inseridos no contexto da OI. Tal questão demonstra a necessidade de revisão das grades curriculares dos cursos de Bacharelado em EF, a fim de ampliar o escopo de atuação, bem como ser gerada a possibilidade de cursos de especialização para PEF nos segmentos hospitalares e mais especificamente na OI sejam aperfeiçoados no atendimento desses pacientes.

Contudo, principalmente no Brasil, ainda se faz necessário desbravar esse universo que relaciona os PEF com a OI no que tange a pesquisas, capacitações específicas e mercado de trabalho em clínicas e hospitais que ofereçam essa abordagem.

Referências

Abrams D., Weil A., (2009). Integrative oncology. New York: Oxford University, (601).

Almeida, Maria Eneida de; Barbato, Paulo Roberto; NASCIMENTO, Marilene Cabral. (2022). Racionalidades Médicas: avaliação de componente optativo na formação médica. Revista Brasileira de Educação Médica, (46).

Balneaves, L. G.; Weeks, L.; Seely, D. Patient. (2008). Decision-making about complementary and alternative medicine in cancer management: context and process. Current Oncology, (15) 94-100.

Barboni, V. G. de A. V., & Carvalho, Y. M. de .. (2021). Práticas Integrativas e Complementares em saúde na formação em Educação Física: avanços, desafios, velhos e novos embates. Saúde E Sociedade, 30(3). <https://doi.org/10.1590/S0104-12902021200872>

Barrett, Bruce et al. (2003) Themes of holism, empowerment, access, and legitimacy define complementary, alternative, and integrative medicine in relation to conventional biomedicine. The Journal of Alternative & Complementary Medicine. 6(9), 937-947.

Brauer JA, El Sehamy A, Metz JM, Mao JJ. (2010) Complementary and

alternative medicine and supportive care at leading cancer centers: a systematic analysis of websites. The Journal of Alternative and Complementary Medicine, 2 (16) 183-186.

Conass Informa N. 18/2022 – Publicada A Portaria Saes n. 15 Que Altera Atributos De Procedimentos da Tabela De Procedimentos, Medicamentos, Órteses, Próteses E Materiais Especiais Do SUS. (2022) Conselho Nacional de Secretários de Saúde. Disponível em <https://shortest.link/2Dub>. Acesso em 25 de janeiro de 2022.

Definition Of Integrative Medicine and Health, Academic Consortium for Integrative Medicine & Health. Disponível em: <https://imconsortium.org/about/introducti-on/>. Acesso em 07 de dezembro de 2022.

Bellanger, M., Katharine, B., Juwel R., Jean-Philippe, R. Cost-effectiveness of lifestyle-related interventions for the primary prevention of breast cancer: a rapid review. Frontiers in medicine (2020), 6 (325).

de Carvalho, F. F. B., Pinto, T. D. J. P., & Knuth, A. G. (2020). Atividade física e prevenção de câncer: evidências, reflexões e apontamentos para o Sistema Único de Saúde. Revista Brasileira de Cancerologia, 66(2).

Deminice, R., Rezende, L. F. M. D., Rosa, D. D., Cangussú, R. C., Garcia, L. M. T., Riera, R., ... & Chakur, B. P. (2022). Physical activity recommendations for cancer prevention and control: a Brazilian consortium.

Deng, Gary; Cassileth, Barrie. Integrative oncology: an overview. (2014) American Society of Clinical Oncology Educational Book, 1(34) 233-242.

Duas Décadas de Dia Mundial do Câncer e “Estimativa 2020” marcam o 4 de fevereiro no INCA. (2020) Instituto Nacional do Câncer (INCA). Disponível em: <https://www.inca.gov.br/noticias/duas-decadas-de-dia-mundial-do-cancer-e-estimativa-2020-marcam-o-4-de-fevereiro-no-inca>. Acesso em 25 de setembro de 2022.

Duke Integrative Medicine Wheel of Health. Duke University. (2019) Duke Health. Disponível em <https://dukeintegrativemedicine.org/patient-care/wheel-of-health/>. Acesso em 24 de outubro de 2019.

Estatísticas de Câncer, Instituto Nacional do Câncer. (2021). INCA. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/numeros-de-cancer>. Acesso em 02 de dezembro de 2022.

Geffen, Jeremy R. Integrative oncology for the whole person: a multidimensional approach to cancer care (2010). Integrative cancer therapies, 1(9), 105-121.

Geiger, Debbe. Assess Your Well-Being with the Wheel of Health (2021) Duke Health. Disponível em <https://www.dukehealth.org/blog/assess-your-well-being-wheel-of-health>. Acesso em 08 de dezembro de 2022.

Horneber M, Bueschel G, Dennert G, Less D, Ritter E, Zwahlen M. How many cancer patients use complementary and alternative medicine: a systematic review

and metaanalysis (2012). Integrative cancer therapies, 3 (11) 187-203.

Hübner, Jutta. Integrative oncology—the best from one world (2022). Journal of Cancer Research and Clinical Oncology, 12 (148), 3225-3226.

Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva. Dieta, nutrição, atividade física e câncer: uma perspectiva global: um resumo do terceiro relatório de especialistas com uma perspectiva brasileira [Internet]. Rio de Janeiro: INCA; 2020 [acesso 2021 fev 14] Disponível em: https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca.local/files//media/document//dieta_nutricao_atividade_fisica_e_cancer_resumo_do_terceiro_relatorio_de_especialistas_com_uma_perspectiva_brasileira.pdf

Jacques, F., Murielle C., Isabelle S., Donald M. P., Marion P., Ariana Z., Freddie B. Cancer statistics for the year 2020: An overview, 2021, 4(149) 778-789.

Journal of the Society for Integrative Oncology, Society for Integrative Oncology (SIO), (2022). Disponível em: <https://integrativeonc.org/>. Acesso em: 28 de novembro de 2022.

Latte-Naor, Shelly; Mao, Jun J. Putting integrative oncology into practice: concepts and approaches (2019), Journal of oncology practice, 1(15) 7-14.

Lei Nº 9.696, de 1 de setembro de 1998. Dispõe sobre a regulamentação da profissão de Educação Física e cria o respectivo conselho Federal e conselhos regionais de Educação Física, (1998), Planalto Central, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19696.htm. Acesso em 26 de janeiro de 2022.

Linda L. Hill, Jeanne Nichols, David Wing, Jill Waalen, Elizabeth Friedman, Training on Exercise is Medicine® Within an Integrative Medicine

Curriculum, (2015) American Journal of Preventive Medicine, 5(49) 278-284, <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2015.08.018>.

Mao, Jun J. et al. Integrative oncology: Addressing the global challenges of cancer prevention and treatment, (2021) CA: A Cancer Journal for Clinicians, 2(72), 144-164.

Mao Jun J. The State of Integrative Oncology: A New Era. The ASCO Post, (2018), Disponível em: <https://ascopost.com/issues/february-10-2018/the-state-of-integrative-oncology-a-new-era/#:~:text=In%201999%2C%20the%20Memorial%20Sloan,with%20cancer%20and%20its%20treatments>. Acesso em 08 de dezembro de 2022.

Ministério da Saúde (BR), Secretaria de Atenção Primária à Saúde, Departamento de Promoção da Saúde. Guia de atividade física para a população brasileira [Internet]. Brasília (DF): Ministério da Saúde; 2021 [acesso 2021 jun 30]. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_atividade_fisica_populacao_brasileira.pdf

Patel, A. V., Friedenreich, C. M., Moore, S. C., Hayes, S. C., Silver, J. K., Campbell, K. L., ... & Matthews, C. E. (2019). American College of Sports Medicine roundtable report on physical activity, sedentary behavior, and cancer prevention and control. *Medicine and science in sports and exercise*, 51(11), 2391.

Pereira, Erika Cardozo; Souza, Geisa Colebrusco de; Schveitzer, Mariana Cabral, (2022) Práticas Integrativas e Complementares ofertadas pela enfermagem na Atenção Primária à Saúde, *Saúde em Debate*, (46), 152-164.

Pineda, M. J., (2012). What is Integrative Oncology and Can It Help My Patients? *Obstetrics & Gynecology Clinics*. (39) 285-312.

Profissional de Educação Física na Saúde Está na CBO 17/03/2020. Conselho Federal de Educação Física (CONFEF), (2020). Disponível em: <https://www.confef.org.br/confef/comunicacao/noticias/1474>. Acesso em 25 de janeiro de 2022.

Portaria Nº 633, de 28 de março de 2017. Atualiza o serviço especializado 134 Práticas Integrativas e Complementares na tabela de serviços do sistema de cadastro nacional de estabelecimentos de saúde (CNES). (2017), Ministério da Saúde. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/sas/2017/prt0633_31_03_2017.html. Acesso em 08 de dezembro de 2022.

Portaria nº 687, de 30 de março de 2006 aprova a Política de Promoção da Saúde, (2006), Ministério da Saúde. Disponível em: http://189.28.128.100/dab/docs/legislacao/portaria687_30_03_06.pdf. Acesso em 26 de janeiro de 2022.

Resolução CONFEF nº 046 Intervenção do Profissional de Educação Física e respectivas competências e define seus campos de atuação profissional, (2002). Disponível em <https://www.confef.org.br/confef/resolucoes/82>. Acesso em 03/12/2023.

Resolução CONFEF Nº 391/2020, Conselho Federal de Educação Física (CONFEF), (2020). Disponível em <https://www.confef.org.br/confef/resolucoes/473>. Acesso em 07 de dezembro de 2022.

Resolução nº 218, de 06 de março de 1997, (1997), Diário Oficial da União. Disponível em https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/1997/res0218_06_03_1997.html. Acesso em 07 de dezembro de 2022.

Rock, C. L., Thomson, C., Gansler, T., Gapstur, S. M., McCullough, M. L., Patel, A. V., ... & Doyle, C. (2020). American Cancer Society guideline for diet and physical activity for cancer

prevention. CA: a cancer journal for clinicians, 70(4), 245-271.

Rosa, D. D., Carvalho, F. F. B. D., Rezende, L. F. M. D., Garcia, L. M. T., Brum, P. C., Deminice, R., ... & Silva, R. C. F. D. (2022). Atividade Física e Câncer: recomendações para prevenção e controle. *Atividade Física e Câncer: Recomendações para Prevenção e Controle*.

Siegel, Pamela; Barros, Nelson Filice de. O que é a Oncologia Integrativa? 2013), *Cadernos Saúde Coletiva*, (21), 348-354.

Sociedade Brasileira de Oncologia Clínica. Atividade física e câncer: recomendações para prevenção e controle [Internet]. São Paulo: SBOC; 2022 [acesso 2022 abr 6]. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/sites/ufu.sti.inca>

local/files//media/document//af_e_cancer_prevencao_e_controle_sboc_inca_sbafs_c-per-eleitoral.pdf

Sung, H., Ferlay, J., Siegel, R. L., Laversanne, M., Soerjomataram, I., Jemal, A., & Bray, F. (2021). Global cancer statistics 2020: GLOBOCAN estimates of incidence and mortality worldwide for 36 cancers in 185 countries. CA: a cancer journal for clinicians, 71(3), 209-249.

Tabish, Syed Amin. Complementary and alternative healthcare: is it evidence-based?, (2008), *International journal of health sciences*, 1(2), V-IX.

Toledano, Alain et al. Integrative Oncology: An International Perspective From Six Countries, (2021), *Integrative Cancer Therapies*, (20), <https://doi.org/10.1177/153473542110047>.

Witt CM, Balneaves LG, Cardoso MJ, Cohen L, Greenlee H, Johnstone P, Küçük Ö, Mailman J, Mao JJ, A comprehensive definition for integrative oncology, (2017), *JNCI monographs*,

52(2017), doi: 10.1093/jncimonographs/lgx012. PMID: 29140493.

World Health Organization. (2020). WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour.

Yun, Hyeongjun; Sun, Lingyun; Mao, Jun J. Growth of integrative medicine at leading cancer centers between 2009 and 2016: a systematic analysis of NCI-designated comprehensive cancer center websites, (2017), *JNCI Monographs*, 52 (2017).

Recebido em: 10/09/2023

Aceite em: 12/12/2023

Endereço para correspondência:

Vinícius José Costa Linhares da Silva

viniciuslinhares01@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Gerenciamento de atividades psicomotoras no âmbito escolar em período de pandemia

Management of psychomotor activities at school during a pandemic period

Gestión de las actividades de psicomotricidad en la escuela durante un período de pandemia

Raphael Almeida Silva Soares

Universidade do Estado do Rio de Janeiro e Universidade Salgado de Oliveira, Niterói, Brasil – raphael.soares@sg.universo.edu.br

Wellington da Conceição Queiroz

Universidade Salgado de Oliveira, Niterói, Brasil – wellingtonqueiroz53@gmail.com

Resumo

Este estudo discute os desafios e possibilidades de intervenção durante a pandemia na Educação Infantil e nas séries iniciais do Ensino Fundamental. Argumentamos que documentar as experiências dos professores é crucial para ampliar as discussões e fornecer suporte teórico relevante para os aspectos científicos, acadêmicos, profissionais e gerenciais das atividades psicomotoras nas escolas. Consequentemente, o objetivo deste estudo foi apresentar uma proposta educacional lúdica para aulas de educação física, adaptada devido à pandemia de Covid-19. Este trabalho propõe o desenvolvimento de atividades de educação física adaptadas conforme recomendações para a retomada das atividades escolares durante a pandemia da Covid-19. Seguindo as etapas de desenvolvimento motor de Le Boulch, foram desenvolvidas e implementadas aulas temáticas com brinquedos cantados nas turmas da Educação Infantil e do Ensino Fundamental I de uma escola particular de Niterói – Região Oceânica, Rio de Janeiro. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, que utiliza abordagem de relato experiencial, com o objetivo de relatar de forma sistemática e contextual as experiências do pesquisador. A descrição das atividades inclui domínios de conteúdo, habilidades psicomotoras e os recursos necessários para sua implementação. Devido à pandemia, foram observadas medidas de segurança como manter distância de 2 metros entre as crianças, uso obrigatório de máscara e uso de álcool em gel antes e depois da intervenção/aula. As crianças demonstraram envolvimento com as atividades propostas, indicando grau de adesão à prática. Além disso, notou-se o respeito às regras e às diversas formas de expressão, sugerindo aprendizagem além das capacidades físicas e das habilidades psicomotoras, incluindo empatia, autocontrole, controle inibitório e autoconfiança.

Palavras-chave: Brincadeiras; ludicidade; planejamento; aprendizagem.

Abstract

This study discusses the challenges and possibilities of intervention during the pandemic in Early Childhood Education and the initial grades of Elementary School. Documenting teachers' experiences is crucial to broaden discussions and provide relevant theoretical support for the scientific, academic, professional, and managerial aspects of school psychomotor activities. Consequently, the objective of this study was to present a playful educational proposal for physical

education classes adapted due to the Covid-19 pandemic. This work proposes the development of physical education activities adapted according to recommendations for resuming school activities during the COVID-19 pandemic. Following Le Boulch's stages of motor development, thematic classes with singing toys were developed and implemented in Early Childhood Education and Elementary School I classes at a private school in Niterói – Oceanic Region, Rio de Janeiro. This study is qualitative research, which uses an experiential reporting approach, aiming to systematically and contextually report the researcher's experiences. The description of activities includes content domains, psychomotor skills, and the resources necessary for their implementation. Due to the pandemic, safety measures were observed, such as maintaining a distance of 2 meters between children, mandatory use of masks, and use of alcohol gel before and after the intervention/class. The children demonstrated involvement with the proposed activities, indicating adherence to the practice. Furthermore, respect for rules and different forms of expression was noted, suggesting learning beyond physical capabilities and psychomotor skills, including empathy, self-control, inhibitory control, and self-confidence.

Keywords: Games; playfulness; planning; learning.

Resumén

Este estudio aborda los desafíos y posibilidades de intervención durante la pandemia en la Educación Infantil y los grados iniciales de la Educación Primaria. Documentar las experiencias de los profesores es crucial para ampliar los debates y proporcionar apoyo teórico relevante para los aspectos científicos, académicos, profesionales y de gestión de las actividades psicomotoras escolares. En consecuencia, el objetivo de este estudio fue presentar una propuesta educativa lúdica para las clases de educación física adaptadas debido a la pandemia Covid-19. Este trabajo propone el desarrollo de actividades de educación física adaptadas según recomendaciones para el reinicio de las actividades escolares durante la pandemia COVID-19. Siguiendo las etapas de desarrollo motor de Le Boulch, se desarrollaron e implementaron clases temáticas con juguetes cantores en las clases de Educación Infantil y Primaria I de una escuela privada de Niterói – Región Oceánica, Río de Janeiro. Este estudio es una investigación cualitativa, que utiliza un enfoque de informe experiencial, con el objetivo de informar sistemática y contextualmente las experiencias del investigador. La descripción de las actividades incluye dominios de contenidos, habilidades psicomotrices y los recursos necesarios para su implementación. Debido a la pandemia, se observaron medidas de seguridad, como mantener una distancia de 2 metros entre niños, uso obligatorio de mascarillas y uso de alcohol gel antes y después de la intervención/clase. Los niños demostraron involucramiento con las actividades propuestas, indicando adherencia a la práctica. Además, se observó respeto por las reglas y las diferentes formas de expresión, lo que sugiere aprendizajes más allá de las capacidades físicas y psicomotrices, incluyendo la empatía, el autocontrol, el control inhibitorio y la confianza en uno mismo.

Palabras clave: Juegos; alegría; planificación; aprendiendo.

Introdução

Para Fonseca (2010), compreende-se enquanto psicomotricidade uma ciência multidisciplinar que promove interação entre diversas áreas do conhecimento, contribuindo para o pleno desenvolvimento do indivíduo em seus aspectos cognitivos, psicossociais e sensoriomotor, levando em consideração as relações com o seu meio interno e externo.

Partindo dessa concepção, entende-se que a motricidade é formada por um conjunto de manifestações e comportamentos, como expressão corporal, gestual, não verbal, simbólica, tônico-emocional, postural entre outras demonstrações, que apoiam as exibições do psiquismo humano (Todt, 1999).

Através do brinquedo cantado é possível estimular a aprendizagem de diferentes elementos básicos da psicomotricidade (ritmo, lateralidade, esquema corporal, equilíbrio

etc.), de forma lúdica e educativa (Soares et al., 2021). Por outro lado, a pandemia de Covid-19 trouxe grandes prejuízos para o desenvolvimento das práticas corporais na escola, causando dificuldade para o desenvolvimento das atividades, em especial nas aulas de educação física escolar que podem estar relacionadas com a participação dos alunos e/ou a adaptação das aulas e conteúdos propostos (Goularte & Bossle, 2020; Silva & Silva, 2022).

Coelho et al., (2020) desenvolveram estudos sobre a participação de alunos do ensino médio nas aulas de educação física escolar durante o período da pandemia. Esses, como vários outros trabalhos, debruçaram-se sobre públicos distintos aos que foram tratados no presente relato, sendo possível observar propostas de ensino remoto e com faixas etárias divergentes (Godoi et al., 2021; Kawashima et al., 2022; Machado et al., 2021).

Outro fato importante para justificar a necessidade do presente relato se dá em função da baixa disponibilidade de estudos que discutiram as dificuldades e possibilidades de intervenção durante o momento pandêmico na Educação Infantil e séries iniciais do Ensino Fundamental. Nesse sentido, acreditamos que estudos que relatem as experiências vividas por docentes são importantes para ampliar as discussões e fornecer aporte teórico relevante para a comunidade científica, acadêmica, profissional e gerenciamento das atividades psicomotoras no âmbito escolar.

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho foi o de apresentar uma proposta lúdica de caráter educativo durante as aulas de educação física, adaptadas em detrimento da pandemia de Covid-19.

Caminhos metodológicos

Trata-se de uma proposta de trabalho para o desenvolvimento de atividades de educação física escolar, adaptada em função das recomendações para o retorno das atividades escolares durante a pandemia de Covid-19.

De acordo com as etapas de desenvolvimento motor propostas por Le Boulch, foram desenvolvidas aulas temáticas com brinquedos cantados. As atividades a seguir foram experimentadas nas aulas de educação física na Educação Infantil e séries iniciais do Ensino Fundamental de uma escola da rede privada situada no município de Niterói – Região Oceânica do estado do Rio de Janeiro.

Enquanto desenho metodológico, caracteriza-se por uma pesquisa acadêmica de abordagem qualitativa, do tipo relato de experiência, definida por Thomas, Nelson e Silvermam (2009) enquanto modelo de pesquisa que tem por objetivo relatar as experiências vivenciadas pelo pesquisador de forma sistematizada e contextualizada.

Na sequência, pode-se observar a descrição das atividades incluindo os domínios de conteúdo (Barroso & Darido, 2009), as habilidades psicomotoras para justificar sua importância para o processo de ensino aprendizagem (Silva et al., 2017), o desenvolvimento e os recursos necessários para sua vivência. Em relação aos cuidados tomados devido à pandemia (Souza et al., 2021), destacam-se: mantido o distanciamento de 2 metros de cada criança; uso obrigatório de máscara; e, a utilização de álcool em gel, antes e após a intervenção/aula.

Atividade: passeio na praia¹

- Capacidades Psicomotoras: coordenação motora ampla, noções de tempo e espaço, lateralidade, equilíbrio e imagem corporal;
- Domínio conceitual: conceituar passeio e autocuidado em saúde;
- Domínio procedimental: experimentar, reproduzir e assimilar o brinquedo cantado com a movimentação corporal;
- Domínio atitudinal: respeitar as o espaço e as diferentes formas de expressão; reconhecer e compreender sobre ações de autocuidado e expressão corporal; ampliar o repertório de brincadeiras infantis.

Desenvolvimento

1º A aula iniciou com uma explicação sobre a proposta do dia. Uma conversa investigativa aconteceu acerca do passeio na praia e os cuidados necessários.

2º O segundo passo da aula foi explicar o que era o brinquedo cantado e na sequência ensinar a letra e por fim os gestos a serem desenvolvidos.

3º No último momento da atividade a turma teve oportunidade de comentar sobre a atividade e colocar quais foram as suas impressões.

Passeio na praia

Tio(a) Fulano(a) foi à praia, correr no calçadão

Beltrano(a) foi com ele, correr no calçadão

Não passou protetor, virou um pimentão

Para cima, para baixo, esquerda e direita

Para cima, para baixo e uma pirueta

Agora mais acelerado

Beltrano(a) foi à praia, correr no calçadão

Ciclano(a) foi com ele, correr no calçadão

Não passou protetor, virou um pimentão

Para cima, para baixo, esquerda e direita

Para cima, para baixo e uma pirueta

Agora mais acelerado

Beltrano(a) foi à praia, correr no calçadão

Ciclano(a) foi com ele, correr no calçadão

Não passou protetor, virou um pimentão

Para cima, para baixo, esquerda e direita

Para cima, para baixo e uma pirueta e uma careta

¹Vídeo do Youtube: Canal Kátia Pecand – dança, música e diversão. Disponível em: <[HTTPS://youtu.be/rj6XZU3Po0g](https://youtu.be/rj6XZU3Po0g)> Acesso em: 04 de dezembro de 2023.

Atividade: periquito²

- Capacidades Psicomotoras: coordenação motora ampla, noções de tempo e espaço, lateralidade, equilíbrio e imagem corporal;
- Domínio conceitual: classificar os animais (mamíferos, répteis, anfíbios, aves, peixes) e formas de locomoção (rastejando, deambulando, voando, nadando);
- Domínio procedimental: experimentar, reproduzir e assimilar o brinquedo cantado com a movimentação corporal;
- Domínio atitudinal: respeitar o espaço do outro e as diferentes formas de expressão; reconhecer e compreender as classificações animais, formas de locomoção e expressão corporal; ampliar o repertório de brincadeiras infantis.

Desenvolvimento:

1º Assim como na proposta anterior a atividade foi iniciada com uma explicação seguindo para conversa investigativa com foco na classificação dos animais e as formas de locomoção.

2º O segundo passo da aula foi explicar o que era o brinquedo cantado e na sequência ensinar a letra e por fim os gestos a serem desenvolvidos.

3º No último momento da atividade, a turma teve oportunidade de comentar sobre a mesma e colocar quais foram as suas impressões.

Brinquedo cantado: Periquito

Periquito, periquito
Parece com papai
Periquito, periquito
Parece com papai

Para cima, para baixo
Para frente e para trás
Para cima, para baixo
Para frente e para trás

Resultados e discussão

Durante as aulas foi possível observar um engajamento das crianças para o desenvolvimento das propostas, indicando certa adesão à prática. Além disso, o respeito às regras e, para com as mais diversas formas e maneiras de se expressar, também foram respeitadas. Tal fato pode indicar que houve aprendizagem para além das capacidades

²Video do Youtube: Brincadeira “Periquito parece com seu pai”. Disponível em: <<https://youtu.be/nXVGJzU4W8Y>> Acesso em: 04 de dezembro de 2023.

físicas e habilidades psicomotoras. Demonstrando também empatia, autocontrole, controle inibitório e autoconfiança.

De acordo com Le Boulch (1981), o esquema corporal é dividido em três etapas que foram fundamentais para a adesão e desenvolvimento das crianças envolvidas na atividade, em especial na segunda etapa. Na primeira, consideramos o corpo vivido (até 3 anos de idade). Esta, corresponde à fase de inteligência sensório-motora de Piaget (1972). O bebê sente o meio ambiente como fazendo parte dele mesmo. À medida que cresce, com um maior amadurecimento de seu sistema nervoso, vai ampliando suas experiências e passa, pouco a pouco a se diferenciar de meio ambiente. Nesse período a criança tem uma necessidade de movimentação e através desta enriquece a experiência subjetiva de seu corpo e amplia a sua experiência motora.

Sequencialmente, chegamos na segunda etapa que considera o corpo percebido ou descoberto (3 a 7 anos), representada pela organização do esquema corporal devido à maturação da função de interiorização que é definida como a possibilidade de deslocar sua atenção do meio ambiente para seu próprio corpo, a fim de levar à tomada de consciência.

A função de interiorização permite a passagem do ajustamento espontâneo a um ajustamento controlado que propicia um maior domínio do corpo, culminando em uma maior dissociação dos movimentos voluntários. A criança, com isso, passa a aperfeiçoar e refinar seus movimentos adquirindo uma maior coordenação dentro de um espaço e tempo determinado. Descobre sua dominância e, com ela, seu eixo corporal.

O corpo passa a ser um ponto de referência para se situar e situar os objetos em seu espaço e tempo. Neste momento assimila conceitos como embaixo, em cima, direita, esquerda e adquire também noções temporais como a duração dos intervalos de tempo e de ordem e sucessão. No final dessa fase, a criança pode ser caracterizada como pré-operatória, porque está submetida à percepção num espaço em parte representado, mas ainda centralizado sobre o próprio corpo.

Durante a terceira etapa descrita por Le Bulch (1981), define-se o corpo representado (7 a 12 anos). Nesta etapa, observa-se a estruturação do esquema corporal. No início desta fase a representação mental da imagem do corpo consiste numa simples imagem reprodutora e é uma imagem de corpo estática. A criança só dispõe de uma imagem mental do corpo em movimento a partir de 10/12 anos, significando que atingiu uma representação mental de uma sucessão motora, com a introdução do fator temporal. Sua imagem do corpo passa a ser antecipatória, e não mais somente reprodutora, revelando um verdadeiro trabalho mental devido à evolução das funções cognitivas correspondentes ao estágio preconizado por Piaget de operações concretas. Os pontos de referência não estão mais centrados no corpo próprio, mas são exteriores ao sujeito, podendo ele mesmo criar os pontos de referência que irão orientá-lo.

De acordo com Soares et al., (2021), as propostas psicomotoras que envolvam as danças e atividades rítmicas e expressivas nas aulas de educação física na Educação Infantil possuem relação íntima com o processo de desenvolvimento significativo. Os autores indicam ainda que é por meio da expressividade (característica da infância) que esse desenvolvimento pleno pode ser alcançado. Tais fatos foram confirmados com a presente proposta de trabalho.

Considerações finais

O estudo confirma as etapas do desenvolvimento motor de Le Boulch e respalda a importância de propostas psicomotoras que envolvam dança e atividades rítmicas e expressivas na Educação Infantil. Tais atividades não só contribuem para um progresso significativo no desenvolvimento, mas também se alinham com a natureza expressiva da infância. Esta proposta sublinha a adaptabilidade das práticas educativas face aos desafios colocados pela pandemia, enfatizando os benefícios multifacetados da educação física na promoção do desenvolvimento holístico da criança.

Referências

- Barroso, A. L. R., & Darido, S. C. (2009). A pedagogia do esporte e as dimensões dos conteúdos: conceitual, procedimental e atitudinal. *Journal of Physical Education*, 20(2), 281-289.
- Coelho, C. G., da Fonseca Xavier, F. V., & Marques, A. C. G. (2020). Educação física escolar em tempos de pandemia da COVID-19: a participação dos alunos de ensino médio no ensino remoto. *Intercontinental Journal on Physical Education* ISSN 2675-0333, 2(3), 1-13.
- Fonseca, V. D. (2010). Psicomotricidade: uma visão pessoal. *Construção psicopedagógica*, 18(17), 42-52.
- Godoi, M., Kawashima, L. B., de Almeida Gomes, L., & Caneva, C. (2021). As práticas do ensino remoto emergencial de educação física em escolas públicas durante a pandemia de covid-19: reinvenção e desigualdade. *Revista Prática Docente*, 6(1), e012-e012.
- Goularte, G. G., & Bossle, F. (2020). O covid-19, o ensino remoto e os novos acordos didáticos para o ensino da educação física: narrativas das experiências docentes. *Sobre Tudo*, 11(2), 61-61.
- Kawashima, L. B., Alexandre, M. G., Godoi, M. R., & Barbosa, E. A. (2022). A dança como conteúdo da educação física: uma experiência com o ensino remoto no ifmt. *Corpoconsciência*, 150-167.
- Le Boulch, J. (2007). Educação psicomotora: a psicocinética na idade escolar. *Artmed*.
- Machado, R. B., Fonseca, D. G. D., Medeiros, F. M., & Fernandes, N. (2021). Educação física escolar em tempos de distanciamento social: panorama, desafios e enfrentamentos curriculares. *Movimento*, 26.
- Piaget, J. (1972). Desenvolvimento e aprendizagem. *Studying teaching*, 1-8.
- da Silva, I. R., & da Silva, A. M. B. (2022). O impacto da pandemia Covid-19 na Educação Física escolar: uma revisão integrativa da literatura. *Pensar a Prática*, 25.
- Da Silva, G. R., Reis, A. M., De Oliveira, J. B. C., Neiva, C. M., & Dos Santos, D. (2017). A importância do desenvolvimento psicomotor na educação escolar, junto à educação física: uma revisão literária. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação*, 12(1), 313-331.
- Soares, R. A. S., Silva, C. M., Queiroz, D. P., Santos, S. R., & Miranda, T. F. L. (2021). Dança, psicomotricidade e educação infantil: revisão de literatura e considerações para uma educação física escolar significativa. *Research, Society and Development*, 10(12), e530101220718-e530101220718.
- de Souza Lima, M., da Silva, K. T., de Paula Souza, S., de Araújo, A. M., & Kusano, L. A. E. (2021). Recomendações de reabertura das instituições de ensino na pandemia da COVID-19. *Comunicação em Ciências da Saúde*, 32(04).
- Thomas, J. R., Nelson, J. K., & Silverman, S. J. (2009). Métodos de pesquisa em atividade física. *Artmed Editora*.
- Todt, N. S. (1999). Linguagem corporal: o corpo simbólico. *Revista Perfil*, 31-35.

Recebido em: 10/09/2023

Aceite em:21/02/2024

Endereço para correspondência:

Raphael Almeida Silva Soares

raphael.soares@sg.universo.edu.br



Esta obra está licenciada sob uma Licença
Creative Commons Attribution 3.0

Gestão do esporte e cienciometria: volume de publicações na base scielo

Management of sports and science: volume of publications in the scielo base

José Nunes da Silva Filho 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCEE), Rio de Janeiro, Brasil –

jose_nunes_99@hotmail.com

Rômulo Meira Reis 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCEE), Rio de Janeiro, Brasil

Mardel Vinícius de Faria Cardoso 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCEE), Rio de Janeiro, Brasil

André de Brito Oliveira 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Flávia Porto 

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

Resumo

Introdução: Não se encontrou na literatura, um estudo, que analisasse a evolução da produção de artigos científicos em Gestão do Esporte (GE), através do levantamento cienciométrico. **Objetivo:** Analisar a evolução da produção de artigos em GE através da plataforma SciELO. **Método:** pesquisa descritiva com abordagem mista que utilizou técnicas de análise cienciométrica. O levantamento analítico dos artigos e seus respectivos dados ocorreram durante o mês de julho de 2022. Utilizadas as palavras-chave: Gestão do Esporte; Gestão do Desporto nos idiomas Português, Inglês e Espanhol, e recorte temporal correspondente de 1980 a 2022. **Resultados:** incluídos 55 artigos dispostos em 25 periódicos distintos, notando-se um aumento ao longo dos últimos 20 anos, com uma diferença significativa entre as duas últimas décadas. **Considerações Finais:** Os primeiros artigos sobre GE encontrados foram publicados após o ano de 2006, e que ao longo dos últimos 20 anos, embora se note um crescimento no volume dessas publicações acerca do tema - média de 03 publicações/ano – este crescimento, ainda, é bastante tímido para uma área emergente que tem buscado ampliar sua prática profissional.

Palavras-chave: Gestão Esportiva; Métodos de pesquisa; Bibliografia Estatística.

Abstract

Introduction: A study was not found in the literature that analyzed the evolution of the production of scientific articles in Sports Management (GE), through a scientometric survey. **Objective:** To analyze the evolution of the production of GE articles through the SciELO platform. **Method:** descriptive research with a mixed approach that used scientometric analysis techniques. The analytical survey of the articles and their respective data took place during the month of July 2022. The keywords used were: Sports Management; Sport Management in Portuguese, English and Spanish, and corresponding time frame from 1980 to 2022. **Results:** 55 articles were included in 25 different journals, noting an increase over the last 20 years, with a significant difference between the two last decades. **Final Considerations:** The first articles on GE found were published after the year 2006, and over the last 20 years, although there has been a growth in the volume of these publications on the subject - an average of 03 publications/year - this growth, still, is quite shy for an emerging area that has sought to expand its professional practice.

Keywords: Sports Management; Research methods; Statistical Bibliography.

Resumen

Introducción: No se ha encontrado en la literatura un estudio que analice la evolución de la producción de artículos científicos en Gestión del Deporte (GD) a través de un levantamiento cuantitativo. **Objetivo:** Analizar la evolución de la producción de artículos en GD a través de la plataforma SciELO. **Método:** Investigación descriptiva con enfoque mixto que utilizó técnicas de análisis cuantitativo. El levantamiento analítico de los artículos y sus respectivos datos se realizó durante el mes de julio de 2022. Se utilizaron las palabras clave: Gestión del Deporte; Gestión Deportiva en los idiomas Portugués, Inglés y Español, con un recorte temporal correspondiente de 1980 a 2022. **Resultados:** Se incluyeron 55 artículos publicados en 25 revistas distintas, notándose un aumento en los últimos 20 años, con una diferencia significativa entre las dos últimas décadas. **Conclusiones:** Los primeros artículos sobre GD encontrados fueron publicados después del año 2006, y a lo largo de los últimos 20 años, aunque se observa un crecimiento en el volumen de estas publicaciones sobre el tema - con un promedio de 03 publicaciones/año - este crecimiento aún es bastante modesto para un área emergente que ha buscado ampliar su práctica profesional.

Palabras clave: Gestión Deportiva; Métodos de investigación; Bibliografía Estadística.

Introdução

No exterior, em países europeus e nos Estados Unidos da América (EUA), a Gestão do Esporte (GE) começa a ser amplamente discutida no meio acadêmico, por volta da década de 1960, para atender aos anseios do esporte que se tornava cada vez mais profissional e dos programas acadêmicos (Zanata et al., 2018).

Destarte, paralelamente a ampliação do esporte profissional americano, ocorre um crescimento significativo dos meios de comunicação de massa que, nesse período, passam a transmitir jogos de futebol americano e beisebol e, sem dúvida, contribuiu para a evolução e profissionalização do esporte, também para a GE tanto no campo prático quanto no meio acadêmico com novos entendimentos e teorias (Rocha; Bastos, 2011). Portanto, esta evolução faz com que alavancasse a demanda por profissionais que detivessem conhecimentos amplos da área, contribuindo assim, com a criação de novos cursos de graduação e pós-graduação em gestão do esporte em universidades americanas (Rocha; Bastos, 2011).

Além disso, esse crescimento ampliou e gerou melhorias na formação acadêmica específica dos profissionais que trabalhavam com a GE em várias partes do mundo, com conteúdos e currículos especializados (Bastos, 2003). No Brasil, por exemplo, a GE se insere em programas acadêmicos de nível lato e stricto sensu a partir de 1981 (Nolasco, 2005; Rocha; Bastos, 2011). Com isso, aparecem novos estudos, reflexões e trabalhos acadêmicos com maior rigor científico (Bastos 2003; Francalacci, 2011; Rocha; Bastos, 2011).

Isso posto, cabe frisar que esta melhora científica da GE após a década de 1980, ocorreu sob forte influência do desenvolvimento dos meios de comunicação que, por conseguinte, aumentaram a demanda por produtos esportivos, associações profissionais, programas acadêmicos e revistas científicas especializadas. Sobretudo, no que tange aos programas acadêmicos, cabe destacar a forte influência do Programa de Pós-Graduação em Educação Física da antiga Universidade Gama Filho - UGF, vigente até o ano de 1995, quando a Administração do Esporte era uma das suas áreas de concentração e da especialização lato sensu da Universidade de Campinas – UNICAMP (Rocha; Bastos, 2011).

Não obstante, entre os pesquisadores brasileiros, a capacitação e a formação profissional específica em GE, após a década de 1980, serviram de base e fomentaram

novas pesquisas e capacitações entre os grupos de pesquisa (Zanata et al., 2018). Ademais, no que tange a transformação e ao desenvolvimento da GE, no Brasil, esses avanços não são lineares aos percebidos entre os países desenvolvidos (Capinussú, 2005), pois por aqui, a GE, embora esteja crescendo ao longo dos anos, ainda, é considerada uma área emergente e com pouco investimento por parte do setor público e privado.

O estudo realizado por Moraes, Amaral e Bastos (2021) analisa teses de doutoramento em GE nos programas de pós-graduação no país. Os autores relevam ter encontrado na literatura que há uma defasagem linear quanto ao desenvolvimento científico e a produção acadêmica do tema no país, o que, sem dúvida, interfere negativamente para o crescimento de uma determinada área. De outro modo, segundo Chalip (2006) a solidificação de uma área do conhecimento se faz, também, mediante ao preparo de profissionais, instituições e ao aumento da literatura e o desenvolvimento de novas pesquisas científicas.

Por isso, justifica-se analisar a evolução da GE nas últimas décadas, mediante a produção de artigos científicos, por não se ter encontrado na literatura, até então, outro estudo que se propôs estudar esta temática para apresentar uma visão baseada na cienciometria. Assim, esta pesquisa se torna relevante por identificar e expor dados que cooperem significativamente para o estado da arte na GE, já que indicadores cienciométricos, em determinadas áreas do conhecimento, podem contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas que se relacionam às práticas científicas, tecnológicas, econômicas e sociais (Macías-Chapula, 2001).

Logo, objetivo desta pesquisa é analisar a evolução da produção de artigos científicos em GE através do levantamento cienciométrico na base de dados SciELO.

Referencial teórico

Gestão do esporte

Para estruturar a conceituação de Gestão do Esporte (GE) faz-se necessário compreender inicialmente que o termo em português é derivado da expressão do idioma inglês Sport Management, ou seja, trata-se da aglutinação de dois termos bastante conhecidos – “gestão e esporte”. Assim, sua definição equivale a maneira eficaz de gerir pessoal, materiais, técnicas e procedimentos para se alcançar a coordenação das atividades de produção, “marketing” e serviços esportivos (Rocha; Bastos, 2011). Para outros autores, o termo GE chega para atualizar, ou melhor, descrever uma área de atuação e do conhecimento que trabalha para gerir, organizar e coordenar pessoas de forma eficaz para que se obtenham resultados satisfatórios para com o esporte (Moraes; Amaral; Bastos, 2021). Antes disso, essa área ficou conhecida, historicamente, pelos termos administração esportiva ou administração do esporte (Francalacci, 2011).

No entanto, assim como em outras áreas do conhecimento, a GE tem interagido com outros componentes curriculares de referência, buscando uma maior fundamentação e progressão na área tais como: “Administração, Economia, Engenharia, Psicologia, Lazer, Turismo e a própria Educação Física” (Moraes; Amaral; Bastos, 2021, p.02). Dessa forma, a GE almeja ser considerada e respeitada como uma área de atuação e do conhecimento baseada na gestão de inúmeras atividades ligadas à indústria esportiva do setor privado. Ademais, e não menos frequente, a GE atua igualmente no setor público e terceiro setor em diversos programas, projetos e atividades nas esferas federais, estaduais e municipais (Mazzei; Rocco Júnior, 2017; Rocha; Bastos, 2011).

Contudo, nota-se que todo esse esforço em transformar a GE numa área de conhecimento e de atuação reconhecida no Brasil, vem surtindo efeito nos últimos anos, pois é sabido que na última década, o país destacou-se por sediar alguns dos maiores eventos esportivos do como Jogos Pan Americanos Rio 2007, Jogos Mundiais Militares em 2011, Copa das Confederações 2013, Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014, Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio 2016 e duas edições da Copa América – 2019 e 2021 (Mazzei; Rocco Júnior, 2017; Reis; DaCosta; Telles, 2021). Além disso, a produção do conhecimento a partir dos anos 2000 é alavancada com a chegada da “década” dos megaeventos esportivos brasileiros, período em que se desenvolveu uma série de investigações e estudos acadêmicos científicos sobre GE, reforçando a ascensão da área acadêmica (Bastos, 2019; Amaral; Bastos, 2015; Francalacci, 2011; Moraes; Amaral; Bastos, 2021).

Cienciometria

A cienciometria é uma técnica da área da ciência que nasce com intuito de mensurar os avanços e/ou declínios em diferentes áreas (Silva e Bianchi, 2001), perscrutando indicadores bibliométricos fundamentais para o progresso e desenvolvimento tanto das práxis científicas quanto dos avanços tecnológicos, econômicos, políticos e sociais (Macías-Chapula, 2001; Silva Filho, 2019; Silva Filho; Damaceno, 2021).

O termo cienciometria é um termo específico que denomina a numeração e/ou a medição da ciência. É uma ciência que busca, atualmente, através de dados quantificáveis e de maneira informatizada, equacionar os resultados da produção, evolução e desenvolvimento científico em quaisquer áreas do conhecimento, através de indicadores numéricos como número de citações, publicações volume de pesquisa por determinadas áreas, autores, instituições ou países (Spinak, 1998; Vanti, 2002; Silva Filho; Damaceno, 2021).

Outrossim, acredita-se que um dos compromissos dos pesquisadores com a ciência e a sociedade em geral é fazer com que os resultados de suas pesquisas, principalmente, quando se fala em pesquisas realizadas sob o investimento do setor público, como no caso o das Universidades Públicas, se tornem informações e benefícios para toda a população (Silva Filho; Damaceno, 2021). Dessa forma, é muito comum ver grupos de pesquisas procurarem expor suas descobertas e resultados de investigações por meio de periódicos científicos, a fim de torná-los acessíveis para toda a comunidade acadêmica (Urbizagastegui, 2016).

Por isso, utilizar-se de mecanismos que transformam as descobertas científicas em leituras acessíveis à população é um dos objetivos principais de todo investigador. Pois, tais feitos, contribuem significativamente para o desenvolvimento da ciência, uma vez que dados cienciométricos são importantíssimos para o desenvolvimento científico e da comunidade acadêmica, portanto, suas ações interferem significativamente para que novos investimentos e políticas públicas aconteçam (Macías-Chapula, 2001).

SciELO

A tradução de *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), para o português significa: Biblioteca Científica Eletrônica Virtual, sendo um portal brasileiro que organiza e (re)publica artigos científicos a partir de revistas especializadas na internet, oriundas de diversos países em desenvolvimento, considerando como critérios de seleção a representatividade e qualidade científica (Meneghini, 1998).

Esta biblioteca, segundo dados presentes da própria SciELO (2013), teve o início do seu desenvolvimento em 1997, “[...] pelo projeto da FAPESP (Fundação de Apoio à

Pesquisa do Estado de São Paulo) em parceria com a BIREME (Centro Latino-Americano de Informação em ciências da Saúde)”, mesmo ano em que acontece o lançamento da base de dados *PubMed* após ser incorporado ao *MedLine*, e que Stevan Harnad lança a *CogPrints*, um arquivo eletrônico das ciências cognitivas presente na Universidade de Southampton, Reino Unido.

Dentre tantas as bases existentes já existentes, a SciELO, diferente da maioria, é uma base que reúne diferentes áreas do conhecimento, com isso, aumenta significativamente a sua representação acadêmica, principalmente, entre os países emergentes e/ou em desenvolvimento (Silva Filho; Damaceno, 2021), como no caso do Brasil e dos países da América Latina.

Além disso, considera-se que a indexação de um periódico na SciELO pode aumentar significativamente a sua visibilidade e o seu fator de impacto, evidência é confirmada pelos pesquisadores Alonso e Fernández-Juricic (2002), ambos da Universidade de Oxford – Inglaterra, em estudo publicado na revista *Nature*. Os autores concluem que após dois anos de indexação na SciELO alguns períodos dobraram seus fatores de impacto, tendo aumento de mais de 130%.

A partir do ano 2002, a biblioteca passa a contar com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e, ganha maior visibilidade, pois até então a plataforma reunia 93 periódicos produzidos na América Latina e Brasil. Atualmente, contempla a indexação de oito grandes áreas do conhecimento, sendo Ciências Agrárias, Ciências Biológicas, Ciências da Saúde, Ciências Exatas e da Terra, Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Engenharias e Linguística, Letras e Artes, que somadas, geram um total de 314 periódicos ativos (SciELO, 2022).

Método

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, com abordagem mista – quali-quantitativa – do tipo integrativa (Lakatos; Marconi, 2010), que utilizou, metodologicamente, técnicas de análises cienciométricas, por envolver avaliações e mensurações das inter-relações da produtividade e do avanço científico (Silva; Bianchi, 2001).

O levantamento analítico dos artigos e seus respectivos dados ocorreram durante o mês de junho de 2022. Para tanto, foi realizada uma busca na Biblioteca Científica Eletrônica Virtual (SciELO). Para organizar a busca foi seguida a proposta adaptada do estudo de Silva Filho e Damaceno (2021, p.09), conforme o Quadro 1, composta por 05 etapas: 1ª) acesso a página inicial da plataforma; 2ª) clicando no campo índice por assuntos; 3ª) inserção dos termos-chave no campo de busca; 4ª) verificação e registro dos artigos encontrados e 5ª) tabulação do levantamento de dados coletados. Para tal foram utilizadas as palavras-chave: Gestão do Esporte; Gestão do Desporto nos idiomas Português, Inglês e Espanhol, e um recorte temporal correspondente a 42 anos, de 1980 a 2022.

Quadro 1. Etapas de busca dos artigos na plataforma SciELO.

ETAPAS	TRÂMITE
1ª etapa	Acesso a página inicial da plataforma SciELO, via link (www.scielo.br).
2ª etapa	Clique no hiperlink “índice por assuntos”.

3ª etapa	Inserção dos termos-chave no campo “digite a palavra” ou início da palavra e, posteriormente, clicando em “mostrar índice”.
4ª etapa	Verificação e registro dos artigos encontrados e dispostos em páginas através do filtro de busca.
5ª etapa	Tabulação do levantamento de dados coletados: construção das tabelas, quadros, gráficos e imagens.

Fonte: Adaptado de Silva Filho (2019) e Silva Filho e Damaceno (2021, p.09).

Os critérios de inclusão adotados para inserção dos artigos foram: 1) artigos indexados na base SciELO/BR; 2) as palavras-chave de busca estarem presentes no título ou resumo; 3) artigos concatenados com a temática gestão do esporte, administração do esporte, marketing esportivo e afins. Já para os critérios de exclusão foram considerados publicações que não fossem artigos científicos e que não estivesse dentro do recorte temporal pré-estabelecido.

As informações relevantes sobre os artigos foram armazenadas no *software* Microsoft Excel Office 365, utilizando as técnicas de análise bibliométrica que segundo Ramos-Rodríguez e Ruíz-Navarro (2004) ocorre para analisar, quantificar e avaliar produções científicas.

Para o tratamento quantitativo dos dados, optou-se por uma estatística descritiva, passando pela organização, coleta, interpretação, representação e análise de medidas de posição e dispersão: média, frequência, porcentagens, variância e desvio padrão (Santos, 2007). Na comparação entre as médias realizou uma análise não paramétrica com o teste U de Wilcoxon-Mann-Whitney (Paulino et al., 2011).

Resultados e discussão

Após a inserção dos termos encontrou-se um volume total de 57 artigos distintos como vistos na figura 1. Em seguida, após aplicar os critérios de exclusão, 02 estudos foram excluídos, restando, apenas, 55. Já, quanto ao idioma de publicação dos estudos, o mais frequente foi o Português, o que condiz com a biblioteca da busca, seguido do Inglês, Espanhol e Francês, respectivamente.

Figura 1. Imagem coletada após a busca na base de dado.

Fonte: Autoria própria.

Dentre os 55 artigos selecionados, foi possível catalogar um volume de 14 revistas diferentes, o que demonstrou uma ampla aceitação de diferentes periódicos e diferentes áreas do conhecimento sobre a temática analisada – GE, tendo três revistas no Qualis B2, quatro B1, quatro A2 e três A1.

Tabela 1. Características dos periódicos encontradas.

Nº	Título das revistas	ISSN	Qt.
1	Revista Brasileira de Ciência do Esporte	0101-3289	14
2	Revista Brasileira de Educação Física e Esporte	0101-3289	07
3	Revista Brasileira de Medicina do Esporte	1517-8692	07
4	Revista Movimento	0104-754X	05
5	Journal of Physical Education	0103-3948	05
6	Revista Motriz	1980- 6574	03
7	Cadernos EBAPE.BR (FGV)	1679- 3951	02
8	Gestão & Produção	0104-530X	02
9	Civitas - Revista de Ciências Sociais	1519- 6089	01
10	Ciência & Saúde Coletiva	1678-4561	01
11	Educar em Revista	1984- 0411	01
12	Horizontes Antropológicos	0104-7183	01
13	Perspectivas em Ciências da Informação	1981- 5344	01

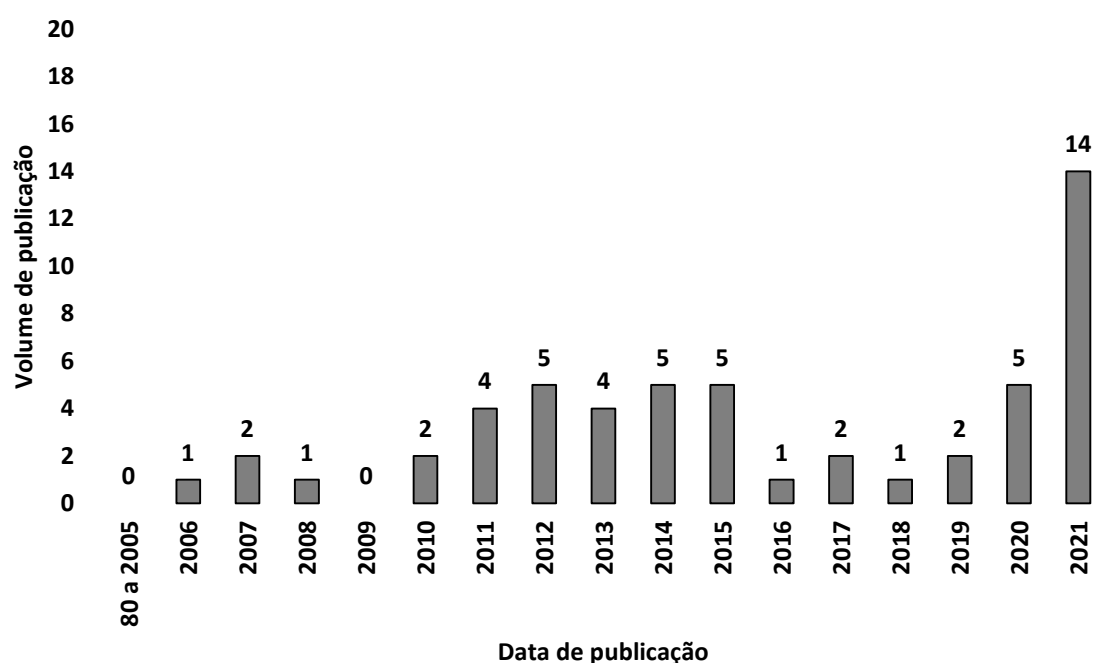
14	RAE - Eletrônica	0034- 7590	01
15	Revista Estudos Feministas	1806-9584	01
16	Revista de Administração Pública	0034- 7612	1
17	São Paulo Medical Journal	1516- 3180	1
18	Revista Brasileira de Gestão Urbana - URBE	2175- 3369	1

Fonte: Autoria própria.

Legenda: ISSN: *International Standard Serial Number* (tradução: Número Internacional Normalizado das Publicações em Série); Qt.: Quantidade de publicações em cada revista.

Notou-se, também, após distribuição dos estudos por ano de publicação, que ocorreu um aumento paulatino ao longo dos últimos vinte anos, entre 2002 a 2021, perfazendo uma média anual de $3,2 \pm 3$ publicações por ano, e tendo como o ano de maiores publicações o de 2021, que apresentou um volume considerável de publicações – 14 – quando comparado aos anos anteriores, como visto na figura 2.

Figura 2- Número de artigos científicos sobre GE publicados nos últimos 42 anos e estratificados anualmente.



Fonte: Autoria própria.

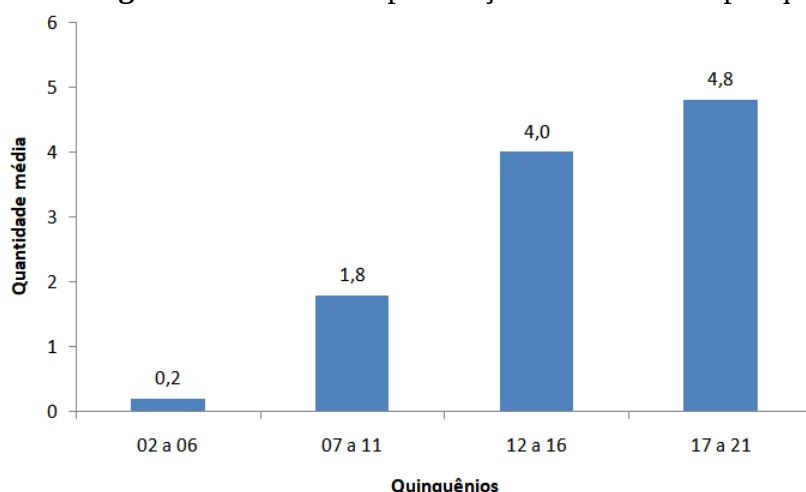
Nota-se que, mesmo pelo recorte temporal da presente pesquisa ter sido entre os últimos 42 anos - a partir de 1980 - que o início das publicações ocorreu a partir dos anos 2000. Fato este que, pode ser explicado, devido à produção científica no Brasil estar intimamente ligada aos grupos de pesquisa Universitária, que predominantemente é fomentado pelas Universidades Federais e Estaduais (Silva Filho; Damaceno, 2021).

Assim, os primeiros artigos sobre GE identificados na plataforma investigada, ocorreram paralelamente ao período em que foram criadas quatorze Universidades Federais, a partir do ano de 2003 (BRASIL, 2021). Além disso, após esse aumento

numérico de instituições públicas, por conseguinte, acabou gerando um aumento na produção docente superior e nos avanços na ciência tecnologia e da informação (Souza; Felippo; Casado, 2018).

Ainda, quando o volume de publicação foi separado por quinquênios, adotando apresentação por média e desvio padrão, pode-se notar um tímido aumento de publicações como visto na figura 3, sendo que, nos dois últimos quinquênios, 2012 a 2016 e 2017 a 2021, foram detectados as maiores médias – 4,0 e 4,8 publicações em cinco anos, respectivamente - quando comparados aos quinquênios anteriores.

Figura 3. Aumento de publicações estratificadas por quinquênios.

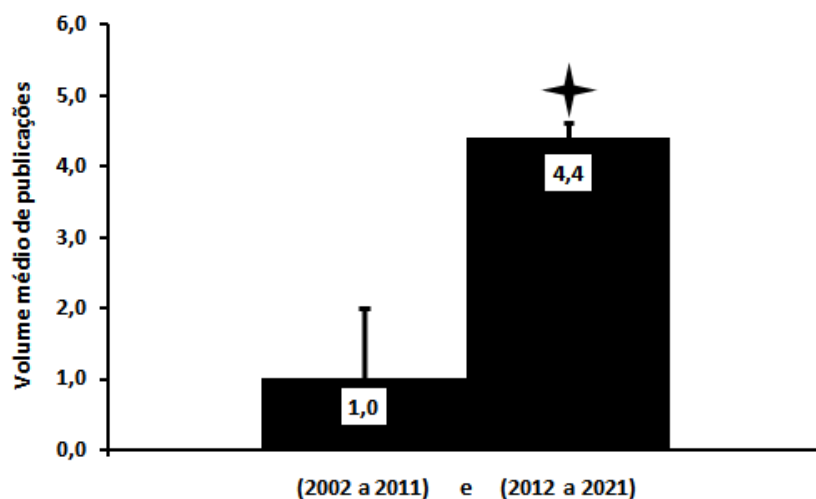


Fonte: Autoria própria.

O aumento considerável nas médias destes dois últimos quinquênios, também, ocorre num momento de forte investimento na educação Brasileira, pois no ano de 2014, sabe-se que o Produto Interno Bruto (PIB), passou dos 5% (Adrião; Domiciano, 2018).

Não obstante, tratou-se de apresentar o volume separado por décadas, e após uma análise estatística com o teste *U*, ficou percebido um crescimento significativo entre às médias de publicações entre as duas últimas décadas ($p=0,003$), pois o número absoluto da primeira década (2002 a 2011) foi de 10 publicações, com média anal de $1,0 \pm 1,3$ artigo/ano, enquanto na segunda (2012 a 2021), foram publicados 44 trabalhos, com média anual de $4,4 \pm 3,7$ artigos/ano, vistos na figura 4.

Figura 4. Comparação entre às duas últimas décadas.



Fonte: Autoria própria.

Legenda: *= diferença significativa entre as médias ($p=0,003$) após teste U de Wilcoxon-Mann-Whitney.

Contudo, nota-se uma evolução positiva no número de publicações científicas sobre gestão do esporte ao longo dos últimos vinte anos. Ademais, percebe-se que na última década investigada – de 2012 a 2021 – o crescimento foi significativamente maior quando com parado a década anterior.

Nesta última década, também, no Brasil, a GE passou por outros incentivos como no caso dos megaeventos esportivos como, por exemplo: a Copa do Mundo de Futebol, os Jogos Olímpicos, Copa das Federações e Jogos Paralímpicos (Mazzei; Rocco Júnior, 2017) que, por conseguinte, contribuíram para impulsionar e fomentar esta área do conhecimento bem como ao mercado e a indústria do esporte.

Portanto, devido ao desfecho encontrado nesta pesquisa, espera-se que novos incentivos – tanto do setor público quanto privado – possa acontecer buscando reforçar a necessidade de novas ações, reflexões e pesquisas especializadas sobre a temática GE.

Conclusão

A indexação ou presença de artigos sobre GE na base de dados da SciELO apresentou seu início a partir do ano de 2006. Contudo, foi possível verificar um crescimento no volume anual de publicações ao longo das últimas duas décadas, sendo a última (2012 a 2021) com maior significância em relação ao número de publicações.

Por outro lado, apesar de resultados quantitativos aparentemente expressivos para uma área emergente (55 artigos), com crescimento evidenciado no período da análise, é prudente dizermos que este panorama ainda é tímido, isto é, pequeno quando comparamos a busca pela ampliação, espaço, melhoria da prática profissional e possibilidades de aplicação da GE, principalmente, no Brasil. No entanto, estreitar laços entre a academia e os setores da sociedade para produção de estudos com interesses comuns, investimentos em pesquisas especializadas e maior inserção do profissional de GE no mercado de trabalho, poderiam auxiliar no aumento, fomento e produção de novos estudos, alavancando assim a GE cientificamente.

Finalizando, conclui-se que não foi encontrado na literatura, até a presente data, outro estudo que se propôs a analisar sobre a temática abordada nesta pesquisa. Entretanto, declara-se como limitação deste estudo, o fato de se ter analisado apenas a base de dados SciELO. Por isso, considera-se de suma importância que novas investigações científicas sobre GE sejam realizadas, incorporando e comparando outras bases de dados para ampliar a discussão sobre o tema.

Referências

Adrião, T., & Domiciano, C. A. (2018). A educação pública e as corporações: avanços e contradições em uma década de ampliação de investimento no Brasil. *FINEDUCA-Revista de Financiamento da Educação*, 8.

Alonso, W., Fernández-Juricic, E. (2002). Regional network raises profile of local journals. *Nature* 415, 471–472.

Bastos, F.C. (2003). Administração Esportiva: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil. *Motrivência (UFSC)*, 15(20/21), 295-306.

Brasil. Ministério da Educação. Presidente Lula entrega campi de universidades e institutos federais. (2021). Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/ultimas->



noticias/212-educacao-superior-1690610854/16096-presidente-lula-entrega-campi-de-universidades-e-institutos-federais. Acessado em: 02. set.

Capinussú, J.M. (2005). Formação de recursos humanos e a necessidade de uma administração desportiva moderna capaz de influir de forma positiva no desempenho da equipe e do atleta. *Arquivos em Movimento*, 1(1), 87-93.

Chalip, L.(2006). Toward a distinctive sport management discipline. *Journal of Sport Management*, 20(1), 1–21.

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). (2002). Edição 73. SciELO, um modelo reconhecido: Biblioteca Virtual amplia visibilidade da ciência Brasileira. Disponível em:<<https://revistapesquisa.fapesp.br/scielo-um-modelo-reconhecido/#:~:text=O%20programa%20Scientific%20Eletronic%20Library,recentemente%20inaccess%C3%ADveis%20%C3%A0%20comunidade%20internacional>>. Acessado em: 16.out.2022.

Françalacci, V.L. (2011). Desenvolvimento e estado da arte da Gestão do Esporte no Brasil, 1909-2009. Tese (Doutorado em Educação Física) - Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. D. A. (1986). *Metodologia científica*, pp. 231-231.

Macías-Chapula, C.A. (2001). Papel de la informetría y de la cienciometría y su perspectiva nacional e internacional. *Acimed*, Havana, 9, 35-41.

Mazzei, LC; Rocco Júnior, AJ. (2017). Um ensaio sobre a Gestão do Esporte: Um momento para a sua afirmação no Brasil. *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 2(1), 96-109.

Meneghini, R. (1998). Avaliação da produção científica e o Projeto SciELO. *Ciência da Informação*, Maceió, 27(2), 219-20.

Moraes, I. F., Amaral, C.M.D.S. & Bastos, F. D. C. (2021). Teses de doutorado em gestão do esporte no Brasil: uma revisão integrativa metodológica. *Movimento*, 27.

Paulino, CD. et al. (2011). *Glossário Inglês-Português de Estatística*. Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estatística e Associação Brasileira de Estatística, p.30.

Ramos-Rodríguez, A. R.; Ruíz-Navarro, J. (2011). Changes in the intellectual structure of strategic management research: a bibliometric study of the strategic management journal, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, v. 25, p. 981-1004.

Reis, R. M., Costa, L.P., & Telles, S.C.C. (2021). Measuring the legacy of mega-events: sportive usage index of the Brazil 2014 FIFAWorld Cup™.

Rocha, CM da; Bastos, FC. (2011). “Gestão do esporte: definindo a área”. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, São Paulo, 25, 91-103.

Santos, C. *Estatística descritiva*. (2007). Manual de auto-aprendizagem, 2.

Silva Filho, JN. (2019). Volume de publicações científicas sobre Educação Ambiental na base SciELO Brasil: um estudo de cienciometria. *Revista Brasileira de Educação Ambiental (RevBEA)*, São Paulo, 14(1), 207-221.

Silva, JAD; Bianchi, MDLP. (2001). *Cientometria: a métrica da ciência*. Paidéia (Ribeirão Preto), 11, 5-10.

Silva Filho, JN; Damaceno, C. (2021). Gestão escolar e Cienciometria: estudo sobre o volume de publicações científicas na base Scielo Brasil. *Educação em Revista*, 22(2), 121-136.

SciELO. (2013). *Evolução do Acesso Aberto – Breve Histórico*. Disponível em: <<https://blog.scielo.org/blog/2013/10/21/evolucao-do-acesso-aberto-breve-historico/#.YzBZBnbMLrc>>. Acessado em: 25.set.2022.

SciELO. (2022). *Periódicos*. Disponível em:<<https://www.scielo.br/journals/thematic?status=current>>. Acessado em: 16.out.2022.

Souza, C.D De; Filippo, D. De; Casado, E.S. (2018). Crescimento da atividade científica nas universidades federais brasileiras: análise por áreas temáticas. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior*, Campinas, 23(1), 126-156.

Spinak, E. (1998). Indicadores cienciométricos. *Ciência da informação*, 27(2).

Vanti, N.A.P. (2016). Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. *Ciência da informação*, 31(2), 152-162.

Urbizagastegui, R. (2016). La Bibliometría, Informetría, Cienciometría y otras "Metrías" en el Brasil. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 21(47), 51-66.

Zanatta, T. C., Freitas, D. M. D., Carelli, F. G., & Costa, I. T. D. (2022). O perfil do gestor esportivo brasileiro: revisão sistemática da literatura. *Movimento*, 24, 291-304.

Recebido em: 12/02/2024

Aceite em: 20/03/2024

Endereço para correspondência:

José Nunes da Silva Filho

jose_nunes_99@hotmail.com



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Influência da pandemia da COVID-19 nos patrocínios dos clubes da série A do campeonato brasileiro masculino de futebol

COVID-19 pandemic influence in top tier teams sponsors in Brazilian male football

Influencia de la pandemia de COVID-19 en los patrocinadores de las equipes de série A del campeonato brasileiro masculino de fútbol

Lorenzo Christofoli Scalise

lorenscalise@hotmail.com

Ivan Furegato Moraes

ifuregato@gmail.com

Leandro Carlos Mazzei

Universidade Estadual de Campinas, Brasil – lemazzei@unicamp.br

Resumo

Há três anos, uma pesquisa do ibope repucom, a pedido da folha de s. Paulo, analisou os patrocinadores máster dos clubes mais presentes no campeonato brasileiro de futebol (série a) de 1987 a 2018. Por meio dos acréscimos e decréscimos de setores como patrocinadores máster com o passar dos anos, o estudo concluiu que o histórico deste auxilia no entendimento da economia brasileira. Dessa forma, o presente trabalho busca entender as mudanças econômicas dos setores ao analisar as variações destes nas camisas dos clubes do campeonato brasileiro de futebol (série a), listando todos os patrocinadores de 2019 a 2021, iniciando no período pré-pandêmico em que se destaca a saída da caixa econômica federal do futebol de alto rendimento até o ano em que a pandemia, em tese, muda os planejamentos empresariais desde o primeiro mês, em 2021. Alguns dos principais resultados encontrados foram o aumento do segmento de saúde, o crescimento de apostas esportivas, as variâncias no uso de patrocínio permanente e pontual, nas propriedades do uniforme, patrocínios-máster e variações. A pesquisa traz informações relevantes acerca de segmentos econômicos em crescimento dispostos a investir no mercado futebolístico e as variações observadas possuem conexão com as mudanças sociais e econômicas ocorridas nos últimos anos no país e no mundo. Mais conclusões podem ser geradas analisando os contratos, outras modalidades, outras localidades e muitas outras questões que afetam o patrocínio esportivo e as relações entre instituição e clube.

Palavras-chave: gestão do esporte. Patrocínio esportivo. Campeonato brasileiro série A.

Abstract

Two years ago, an ibope repucom research, asked by folha de s. Paulo, analyzed the master sponsors of campeonato brasileiro de futebol - série a from 1987 to 2018. By understanding the variations of economic sectors as master sponsors, the study concluded that the history of master sponsors helps in understanding the brazilian economy. This academic work aims to understand the changes of economic sectors by analyzing their variances on clubs uniforms in campeonato brasileiro de futebol - série a. Listing all the sponsors from 2019 to 2021, starting in pre-pandemic period, in which stands out the caixa econômica federal withdrawal from professional soccer, until the year in which the pandemic changes the clubs plans since the first month in 2021. Some of the main results found were the increase in health area, in betting companies and the variances in the usage of permanent or one-off sponsorships, the shirts properties, master sponsorships, between others. The research gathered information over growing economic sectors willing to invest in the football market and the analyzed results link with social and economic behavior changes in brazil in the last years. More information could be gathered in next researches by analyzing contracts, other sports, other countries and other topics linking sponsors and clubs.

Keywords: sports management. Sports sponsorship. Campeonato brasileiro série A.



Resumén

Hace dos años, una investigación del ibope repucom, encargada por el periódico folha de s. Paulo, analizó los patrocinadores maestros del campeonato brasileiro de futebol - série a de 1987 a 2018. Al comprender las variaciones de los sectores económicos como patrocinadores maestros, el estudio concluyó que la historia de los patrocinadores maestros ayuda a comprender la economía brasileña. Este trabajo académico tiene como objetivo comprender los cambios de los sectores económicos analizando sus variaciones en los uniformes de los clubes en el campeonato brasileiro de futebol - série a. Listando todos los patrocinadores de 2019 a 2021, a partir del período prepandemia, en el que se destaca la retirada de la caixa econômica federal del fútbol profesional, hasta el año en que la pandemia cambia los planes de los clubes desde el primer mes, en 2021. Algunos de los principales resultados encontrados fueron el aumento en el sector de salud, de las empresas de apuestas deportivas, variaciones en el uso de patrocinio permanente y puntual, patrocinio maestro, propiedades en la equipación de fútbol, entre otras. La investigación recopiló información sobre sectores económicos en crecimiento dispuestos a invertir en el mercado del fútbol y los resultados analizados se vinculan con cambios de comportamiento social y económico en Brasil en los últimos años. Se podría recopilar más información en próximas investigaciones analizando contratos, otros deportes, otros países y otros temas que vinculan a patrocinadores y clubes.

Palabras Clave: gestión deportiva. Patrocinio deportivo. Campeonato brasileiro série A.

Introdução

No Brasil, evidentemente o esporte vê a prevalência do futebol no foco das atenções da sociedade, atingindo um patamar chamado “monocultura esportiva”, como destacado por Galhardo and Almeida (2013). Logo, diversos elementos que existem no esporte nacional são maximizados no futebol. Um deles é o patrocínio esportivo, que surge a partir do interesse de “empresas que desejam investir nesse mercado ou enxergam no universo do esporte uma importante possibilidade estratégica para a construção de suas marcas” (Parolini, & Rocco Júnior, 2015, p. 2).

Divagando acerca da área do patrocínio, Rocco Júnior, Giglio e Mazzei (2014, p. 1) complementam que “o patrocínio esportivo oferece oportunidades para empresas divulgarem marcas e produtos e gera importante receita para as entidades que atuam no esporte”. O patrocínio no futebol brasileiro se caracteriza como um excelente contexto para analisar o interesse e os contratos de patrocínio esportivo no Brasil, principalmente nos últimos anos e considerando ainda os fenômenos sociais e econômicos ocorridos no país (Volk Schatz, & Espíndola, 2023).

Como pontuado por Becker, Cesar, Steigleder and Weber (2017), nos últimos anos tivemos no Brasil uma crise política iniciada com o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, em 2016, situação que gerou uma nova ordem política, econômica, jurídica e social. Em paralelo, em 2020 disseminou-se mundialmente o coronavírus SARS-CoV-2, gerando a pandemia de COVID-19 que alterou a economia, os costumes, a tecnologia, entre incontáveis outros tópicos, modificando o cotidiano de todo o planeta. Destaca-se que uma das principais estratégias de combate à disseminação do vírus, como indicado por Gullo (2020), foi o isolamento social e a consequente queda da atividade econômica global.

Para elucidar as mudanças geradas no patrocínio do futebol nacional o presente trabalho teve como objetivo analisar os patrocínios expostos nos uniformes dos clubes brasileiros e, a partir da análise dos patrocinadores dos principais clubes do futebol brasileiro entre 2019 e 2021, procurou-se entender as mudanças dessa área durante o principal período pandêmico (2020 e 2021), possibilitando comparações com o ano anterior.

A inspiração da pesquisa foi o artigo de Passos and Petrocilo (2019) “Camisas de futebol explicam a evolução econômica brasileira”, do IBOPE Repucom, realizado em 2019 a pedido da Folha de S. Paulo. O artigo conclui que “o histórico do patrocínio principal nos uniformes dos clubes de futebol ajuda a entender os últimos 30 anos (período da pesquisa, de 1987 a 2017) da economia brasileira. Expõe como setores cresceram, viveram crises e encolheram” (Passos & Petrocilo, 2019).

Para entender a importância dos patrocinadores no futebol brasileiro, o Itaú/BBA (2019) realizou estudo sobre as receitas e os investimentos dos clubes de futebol brasileiros da Série A do Campeonato Brasileiro. O patrocínio foi contabilizado, durante a década de 2010, como a segunda maior fonte de renda dos clubes. Contudo, entre 2020 e 2021, apesar do crescimento de mais de 30% dos valores gerados pelos patrocínios, essa receita caiu para a quarta posição entre as principais fontes de recursos financeiros, segundo o Itaú/BBA (2019; 2022).

Como tanto os valores como as demandas dos patrocinadores são constantemente maiores surge a necessidade de entender o interesse dos diferentes segmentos econômicos que investem no futebol para que os clubes atendam de forma adequada às necessidades dos patrocinadores e obtenham novos e maiores contratos de patrocínio, garantindo a sua sustentabilidade econômica (Rocco Júnior et al., 2014).

A partir do apresentado e, principalmente, do objetivo do estudo, chegou-se a algumas questões de pesquisa que, ao serem respondidas, possibilitaram cumprir o objetivo almejado:

- Qual o número de patrocinadores dos clubes e o de encerramentos entre 2019 e 2021?
- Quais segmentos econômicos patrocinaram os clubes?
- Quais as principais modificações entre os segmentos patrocinadores no período analisado?
- Quais alterações nos patrocínios-máster?
- Quais outras propriedades nos uniformes dos clubes foram utilizadas para o patrocínio e de que forma isso ocorreu e modificou entre 2019 e 2021?
- Como os patrocínios pontuais foram utilizados pelos clubes da Série A e pelas empresas patrocinadoras?

Ao examinar as mudanças ocorridas no patrocínio esportivo dos clubes de futebol brasileiros, o presente trabalho também possibilita evidenciar e analisar as mudanças econômicas geradas durante os anos pandêmicos. Assim, espera-se que este trabalho gere aos clubes uma análise acerca dos segmentos e empresas interessadas em ter seu nome vinculado a eles. Além disso, o estudo pode ser precursor de diversas pesquisas, como trabalhos na área social e econômica, examinando as variações ocorridas nos principais segmentos econômicos observados e nos próprios clubes.

Revisão de literatura

A efetivação da presente pesquisa envolve temáticas amplas, como a Gestão do Esporte, o patrocínio esportivo e a importância de ambos para o futebol brasileiro. Dentre as diferentes subáreas que formam a Gestão do Esporte, conforme a classificação da *Commission of Sport Management Accreditation*, destaca-se o Marketing Esportivo, que abrange os patrocínios esportivos (Rocha, & Bastos, 2011), tema central desta pesquisa.

Rocha and Bastos (2011) comentam que o início dos programas acadêmicos sobre a Gestão do Esporte ocorreu nos Estados Unidos no final da década de 1960 por conta das demandas do esporte profissional e universitário local e “a partir da década de 80, trabalhos com mais rigor científico começaram a ser publicados em periódicos específicos da área”, expondo a Gestão do Esporte como uma área acadêmica recente. Com o aumento das transmissões das partidas aumentou-se a demanda por bens e serviços e o segmento esportivo triplicou o valor entre 1988 a 1999: “a disciplina [de Gestão do Esporte] cresceu em departamentos de Saúde ou Ciências do



Exercício que viram a necessidade de estudar e educar as pessoas em governança das organizações esportivas” (Skinner, Edwards, & Corbett, 2015, p. 4).

Esse crescimento do esporte tanto nos Estados Unidos como em outros países ocasionou a consolidação da chamada Indústria do Esporte, a qual:

[...] inclui ampla variedade de produtos e compradores (empresas e consumidores) orientados ao esporte, em que os produtos e serviços oferecidos abrangem atividades esportivas, de fitness, recreativas ou de lazer e outros bens de valor relacionados a essas práticas. (Mazzei, de Oliveira, Rocco Júnior, & Bastos, 2013, p. 4).

Segundo Skinner et al. (2015), a Gestão do Esporte se difere dos demais negócios institucionalizados pelas seguintes características:

- Fusão de lealdade, identificação e otimismo irracional;
- Tensão entre a vitória e o lucro;
- Transformação do campo esportivo em um local de trabalho;
- Dilema do esporte corporativo entre sucesso financeiro e sucesso esportivo;
- Necessidade de balancear qualidade com balanço competitivo;
- Importância crucial de preparar estruturas para colaboração entre interessados competitivos;
- Restrições da cadeia de suprimentos;
- Gerenciamento das experiências grupais dos atletas;
- Tratamento dos atletas como investimentos;
- Influência das estruturas da liga e das entidades de administração do esporte.

Essas diferenças são fundamentais e devem ser compreendidas pelos gestores e pesquisadores esportivos, pois, segundo Mazzei et al. (2013, p. 185), a indústria esportiva despertou “o interesse de pesquisadores para o desenvolvimento de investigações [...] a partir da perspectiva das áreas da administração, economia, contabilidade, turismo, comunicação e direito”.

A Gestão do Esporte, enquanto área acadêmica, é ainda mais recente no Brasil, o que limita o número de pesquisas acadêmicas e a formação dos gestores esportivos (Bastos, 2016), gerando consequências no cenário profissional da área, que carece de gestores capacitados, como exposto por Valente and Serafim (2006). Esses autores, ao analisarem a Gestão do Esporte a partir de entrevistas com profissionais da área, relatam o limitado profissionalismo como principal entrave para o desenvolvimento esportivo do país.

O uso de melhores práticas de gestão corporativa será fundamental para que os clubes [de futebol] tenham: planejamento estruturado, profissionais e executivos motivados e engajados em projetos de melhorias e inovação, processos eficientes e otimizados e atividades em geral controladas e monitoradas através de relatórios gerenciais gerados em sistemas integrados de informação. (Fernandes, Mazzei, & Vitorio, 2019, p. 13).

Partindo para o Marketing Esportivo, área que apresentou relevante crescimento nos últimos anos tanto no Brasil como em outros países (Moraes, Carlassara, Mazzei, & Rocco Júnior, 2020) e que é definida como:

o processo de elaborar e implementar atividades de produção, formação de preço, promoção e distribuição de um produto esportivo, para satisfazer as necessidades ou desejos de consumidores e realizar os objetivos da empresa. (Pitts, & Stotlar, 2002, p. 90).

Quanto à relevância científica do Marketing Esportivo, Mazzei et al. (2013), ao analisarem o desenvolvimento das pesquisas nessa área, ressaltam a importância de se realizarem pesquisas sobre essa temática, visto que as identificadas por eles eram escassas e possuíam abordagens primárias e descritivas.

Dentro do Marketing Esportivo podem ser identificadas diferentes linhas de pesquisa (Schwarz, & Hunter, 2017) e, segundo a revisão bibliográfica realizada por Mazzei et al. (2013), o patrocínio esportivo, tema do presente estudo, ocupava a quarta colocação entre os temas relacionados ao Marketing Esportivo mais pesquisados no Brasil: com 12,24%, essa temática estava atrás dos estudos sobre o marketing no esporte em geral (30,61%), análise de *cases* (26,53%) e pesquisa sobre o consumo esportivo (16,33%). Em uma subdivisão por esportes, os autores relatam que as pesquisas sobre o marketing no futebol eram tema de 40% dos trabalhos analisados, liderando com grande distância em relação às outras modalidades, com o vôlei em segundo lugar, estando presente em apenas 8% dos estudos identificados.

Especificamente sobre o patrocínio esportivo, ele é definido por Mullin, Hardy and Sutton (2007) como o conjunto de atividades vinculadas a um processo de comunicação que faz uso do marketing no esporte, e do estilo de vida a ele associado, para transmitir mensagens a um determinado público alvo. Machado and Zem (2004) complementam que o patrocínio esportivo permite que as empresas se estabeleçam na lembrança do público-alvo, possibilitando que elas se associem e se favoreçam dos aspectos positivos atribuídos às variadas modalidades esportivas.

Já Kotler and Keller (2006) e Mullin et al. (2007) destacam os principais objetivos das empresas ao patrocinarem organizações esportivas:

- Criar identificação com um mercado-alvo ou com um estilo de vida específico;
- Aumentar a conscientização do nome da empresa ou do produto;
- Criar ou reforçar percepções do consumidor sobre associações com a imagem da marca;
- Aperfeiçoar as dimensões da imagem corporativa;
- Criar experiências e provocar sensações;
- Expressar compromisso com a comunidade ou com questões sociais;
- Entreter os principais clientes ou recompensar funcionários chave;
- Permitir oportunidades de divulgação ou promoções de venda.

Ao abordar os patrocínios relacionados aos clubes de futebol no Brasil, de Almeida (2009) analisou como o mesmo era percebido pela área de marketing de empresas patrocinadoras. Entre os achados destaca-se que os principais fatores que as levaram a patrocinar os clubes foram a busca por aumentar a força da marca e a sua manutenção na mídia, além de “pretensões comerciais que envolvem a melhoria dos indicadores de performance, como rentabilidade e lucratividade” (de



Almeida, 2009, p. 85). Contudo, ainda na pesquisa realizada por de Almeida (2009), apenas uma das cinco empresas analisadas indicou que a decisão do fechamento do contrato de patrocínio foi a partir de estudos e pesquisas de mercado, sendo unânime a visão de que o retorno do patrocínio era difícil de ser mensurado, evidenciando a limitada utilização de ferramentas de identificação e análise dos patrocínios.

Os problemas relacionados ao patrocínio no futebol no Brasil também são observados na perspectiva do patrocinado, ou seja, dos clubes, com Rocco Júnior et al. (2014) relatando a necessidade dos clubes de futebol se planejarem estrategicamente para se posicionarem no mercado e atraírem contratos duradouros e mais rentáveis. Os autores ainda relatam problemas, em especial que:

[...] a gestão de comunicação e de marketing em nosso país ainda não atingiu, quando comparada com sua similar europeia, um nível mínimo de maturidade. Com isso, nossas principais equipes não conseguem aproveitar, em sua plenitude, o imenso potencial de obtenção de receitas e, principalmente, de posicionamento no mercado global do futebol. Desperdiçam, assim, as perspectivas de crescimento deste setor de atividade. (Rocco Júnior et al., 2014, p. 78).

Em que pese os problemas tanto na perspectiva do patrocinador como do patrocinado, o patrocínio esportivo possui elevada relevância para o futebol brasileiro. Dados do Itaú/BBA (2019) indicam que ele foi a segunda maior fonte de renda dos clubes brasileiros durante a década de 2010. Contudo, entre 2020 e 2021 esse item caiu para a quarta posição devido ao seu crescimento, ainda que relevante (de 32%), ter sido abaixo do que outros itens, com “Bilheteria/Sócio-Torcedor”, que aumentou 70%; “Direitos de TV”, com alta de 180% e “Transação de Atletas”, crescimento de 225% no período.

A utilização do patrocínio esportivo pelos clubes de futebol ocorre com a comercialização de diferentes cotas de patrocínio que envolvem variadas propriedades tangíveis e intangíveis dos clubes, como espaço nos uniformes de jogo e treino, placas e comunicação visual no estádio e demais dependências dos clubes, cessão de ingressos e camarotes, utilização da marca do clube, ações de relacionamento e de experiências, entre outras possibilidades (Moraes et al., 2020).

Como citado, a presente pesquisa focou em uma propriedade comercial dos clubes: os uniformes oficiais de jogo, um dos ativos mais valiosos visto a sua constante divulgação na mídia e relevância para os torcedores. Um dos principais fatores que torna os uniformes de jogo relevantes para os patrocinadores é a chamada mídia espontânea (Rocco Júnior et al., 2014), definida por Caporal and Campos (2013, p. 24) como “o espaço ganho pela empresa de maneira natural, de interesse espontâneo do próprio veículo de comunicação e sem custo para empresa”. A mídia espontânea, assim, é um elemento fundamental na comercialização dos patrocínios dos clubes, sendo que na Série A do Campeonato Brasileiro ela ocorre durante a transmissão dos jogos e a cobertura diária da competição e dos clubes participantes, cobertura essa realizada por veículos de comunicação, esportivos ou não, nacionais e internacionais.

Os uniformes oficiais de jogo, visando a maximização das receitas gerados com o patrocínio, foram divididos em diferentes propriedades, que geram distintas cotas de patrocínio com valores variáveis e crescentes conforme o local e o tamanho da área ocupada pela marca do patrocinador. As principais propriedades disponíveis para o patrocínio nos uniformes dos clubes brasileiros são expostas na Figura 1.



Figura 1 - Propriedades do uniforme (Associação Atlética Ponte Preta, 2013).

A partir da Figura 1 é possível identificar e descrever as principais propriedades ofertadas pelos clubes e que foram utilizadas como base para a realização da presente pesquisa:

- Patrocínio-máster: espaço central na frente da camiseta de jogo, sendo a maior e mais valiosa propriedade. Também pode incluir um espaço nas costas, acima no número, o qual tende a ser o segundo mais amplo e valioso;
- Frente superior e/ou externo: patrocínios que são inseridos na parte da frente do uniforme, alocados à frente do osso esterno, nos peitorais maiores e/ou na omoplata;
- Frente inferior: alocado abaixo do patrocinador-máster, próximo à barra da camiseta;
- Mangas: espaços nas mangas da camiseta de jogo, podendo ser apenas na parte da frente ou em ambos os lados;
- Números: propriedade localizada dentro ou muito próxima aos números dos atletas;
- Costa inferior: espaço abaixo dos números. Pode estar também abaixo do nome do atleta, próximo à barra traseira da camiseta;
- Calção: envolve a área frontal e/ou posterior dos calções. Normalmente é parte/complemento da frente interior e/ou das costas inferior, pois a camiseta pode esconder esse espaço do calção durante o jogo;
- Perna do calção: espaço localizado nas pernas do calção, tanto na parte frontal como posterior;
- Meïões: área normalmente vertical na parte frontal ou posterior dos meïões;
- Outros: patrocínios em outros espaços do uniforme, como na gola e na lateral da camisa e do calção.

A pesquisa do Itaú/BBA (2019) ainda explora a arrecadação dos clubes da Série A com publicidade, ou seja, a venda de espaços para a divulgação de serviços ou marcas. Este item cresceu 10,8% em 2018, mas ainda apresentava valores menores do que em 2017, 2013 e 2014. Ao mesmo



tempo, a pesquisa reitera que o crescimento com tais receitas está muito relacionado à Palmeiras, Corinthians e Red Bull Bragantino, sendo cada um responsável por cerca de R\$ 30 milhões de aumento, explicando o crescimento de R\$ 100 milhões da soma de todos da Série A de maneira praticamente individualizada.

Destaque ainda para o exposto em reportagem do jornal Folha de S. Paulo, feita por Passos and Petrocilo (2019), sobre os principais patrocinadores dos clubes brasileiros ao longo das últimas décadas:

Em relação aos patrocinadores masters - aqueles que injetam mais dinheiro e, conseqüentemente, detém a maior visibilidade da camisa esportiva de um determinado clube - percebemos que no futebol brasileiro é possível separar por diferentes “gerações”, onde um tipo diferente de marca predomina o patrocínio dos clubes por um certo período. Como por exemplo nos anos 1980, quando a maioria dos clubes eram patrocinados pela Coca-Cola, em seguida nos 1990, com empresas da indústria alimentícia, e depois nos anos 2000, quando predominaram as multinacionais de tecnologia. Por fim, na década de 2010, foi a vez dos Bancos - públicos e privados - de tomar conta do cenário futebolístico. (Passos, & Petrocilo, 2019).

A reportagem, baseada em dados do IBOPE Repucom, ainda relata que o término, em 2018, dos patrocínios da Caixa Eletrônica Federal aos principais clubes do futebol brasileiro gerou uma lacuna a ser preenchida por novos patrocinadores, além de ter gerado a possibilidade da entrada de empresas de outros segmentos econômicos para além do financeiro/bancário na temporada 2019 (Passos, & Petrocilo, 2019).

A saída da Caixa e a entrada de novos patrocinadores de diferentes setores, em 2019, para aproveitar as novas oportunidades de patrocínio, principalmente de patrocínio-master, foi um dos estímulos para a efetivação do presente estudo. Soma-se a isso as consequências e mudanças ocasionadas pela pandemia de Covid-19, que gerou “impactos não só na área biomédica e epidemiológica, mas, também, impactos sociais, econômicos, culturais, políticos e históricos inestimáveis” (Bernardes, Silva, & Lima, 2020, p. 44), inclusive nos patrocínios aos clubes de futebol, sendo esse fato mais um motivador da pesquisa realizada.

Metodologia

Para atingir o objetivo proposto e responder as perguntas de pesquisa foi realizada uma pesquisa que pode ser caracterizada a partir de diferentes aspectos metodológicos. A partir do exposto por Samuel de Benedicto, Gideon de Benedicto, Stieg and Andrade (2012), Gil (2002) e Veal and Darcy (2014), é possível classificar o presente estudo como teórico, dedutivo e descritivo, já que ele parte do conhecimento existente na literatura para descrever determinado comportamento, no caso os patrocínios aos clubes brasileiros.

Também se configura como uma pesquisa longitudinal, a qual pretende observar as mudanças em um determinado período de tempo (Gil, 2002), no caso três anos consecutivos da Série A do Campeonato Brasileiro masculino de futebol, entre de 2019 a 2021. Sobre a abordagem de pesquisa adotada, utilizou-se a qualitativa visando elucidar e compreender as alterações nos patrocínios dos clubes da Série A no período analisado e os motivos para tal a partir os resultados obtidos e da literatura sobre a temática (Veal, & Darcy, 2014).

O método de pesquisa adotado foi o de pesquisa documental, no qual são utilizados documentos previamente produzidos, como documentos oficiais, relatórios e pesquisas científicas, para a obtenção de informações que possibilitem compreender de forma ampla o fenômeno em

estudo (Bardin, 2011; Gil, 2002). Assim, o procedimento de pesquisa adotado foi o indireto, sem a abordagem direta de clubes, empresas ou pessoas físicas (Gil, 2002).

A amostra utilizada foi formada pelos clubes que participaram das edições de 2019, 2020 e 2021 da Série A do Campeonato Brasileiro, principal competição do futebol nacional formada por 20 clubes em cada edição. Foram consideradas todas as equipes que disputaram cada edição, além da inclusão, na temporada 2020, do Cruzeiro, e, na temporada 2021, do Cruzeiro, Vasco e Botafogo, que disputam, nessas respectivas temporadas, a Série B, mas haviam disputado a Série A em 2019, sendo mantidas ao longo do período analisado pela relevância dessas equipes no cenário futebolístico nacional.

Os dados utilizados foram obtidos fundamentalmente a partir de duas fontes: IBOPE Repucom (2019, 2021a; 2021b) e Passos and Petrocilo (2019). Os principais documentos utilizados foram:

- “Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro 2019” (IBOPE Repucom 2019);
- “Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro + Cruzeiro 2020-21” (IBOPE Repucom, 2021a);
- “Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro + Botafogo, Cruzeiro e Vasco 2021” (IBOPE Repucom, 2021b);
- “Camisas de futebol explicam a evolução econômica brasileira” (Passos, & Petrocilo, 2019).

Os documentos citados foram analisados a fim de se obter as informações que respondessem às questões de pesquisa, ocasionando a realização do objetivo do estudo. Para isso foi adotado o método de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011; Veal, & Darcy, 2014), com os documentos cuidadosamente analisados para se obter os dados necessários, que foram os seguintes:

- Propriedades de patrocínio dos uniformes: os uniformes (camiseta, calção e meião) dos clubes foram analisados para identificar quais propriedades/locais estampavam patrocinadores, expondo as cotas/propriedades disponíveis para os patrocinadores;
- Número e localização dos patrocinadores: com base nos documentos do IBOPE Repucom (2019, 2021a; 2021b) foram totalizados o número total de patrocinadores por temporada, os fixos, pontuais e encerrados, bem como a localização de cada;
- Características dos patrocínios (atual, pontual ou encerrado): visou, a partir do IBOPE Repucom (2019, 2021a; 2021b), identificar a situação dos contratos de patrocínio dos clubes, que poderiam ser:
 - a) Fixo: o patrocinador manteve o contrato com o clube até o final de cada temporada;
 - b) Pontual: o patrocinador adquiriu uma ou mais propriedades nos uniformes de maneira temporária, por apenas um ou mais jogos;
 - c) Encerrados: contratos entre patrocinadores e clubes cancelados durante a temporada ou que tiveram sua data de encerramento durante o campeonato, sem a necessidade de terem sido cancelados.
- Segmento e subsegmento econômico de cada patrocinador: cada patrocinador foi classificado conforme seu segmento e subsegmento econômico. Para isso foram utilizados os serviços realizados e materiais comercializados por cada uma delas, finalizando por elencar 16 segmentos econômicos: Agrônomo; Alimentação; Apostas Esportivas; Automobilístico;



Combustíveis/Energia; Construção e Acabamento, com o subsegmento Tintas; Eletroeletrônicos; Imobiliário/Turismo; Instituições de Ensino; Saúde, com o subsegmento Fármaco; Serviços Eletrônicos/Desenvolvedoras; Serviços Financeiros, com os subsegmentos Bancos Públicos e Bancos Privados; Transporte; Varejista; Vestuário; e Outros.

Importante ressaltar que as empresas de vestuário que patrocinam os clubes por meio de contratos de fornecimento de material esportivo, como uniformes e outras peças de roupa e calçado, não foram consideradas na pesquisa, pois, apesar das mesmas estamparem suas marcas nos uniformes, seus contratos são mais amplos e complexos do que os dos demais patrocinadores (Rocco Júnior et al., 2014).

Seguindo o método de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011; Veal, & Darcy, 2014), os dados obtidos foram categorizados com base em categorias definidas *a priori* a partir das questões de pesquisa. Assim, foram utilizadas seis categorias de análise, a saber:

- a) Número total de patrocinadores e de encerramentos de contratos;
- b) Principais segmentos econômicos patrocinadores dos clubes;
- c) Principais variações entre as temporadas 2019, 2020 e 2021;
- d) Patrocínios-máster;
- e) Patrocínios em outras propriedades dos uniformes;
- f) Patrocínios pontuais.

As categorias, além de facilitar a organização dos dados obtidos, ocasionaram os resultados da pesquisa, expostos na sequência, respondendo às questões iniciais do estudo.

Resultados

Na sequência serão expostos os principais resultados encontrados tomando como base as seis categorias definidas durante o processo de análise dos dados. Além dos resultados relacionados a cada temporada analisada também serão expostas comparações entre as temporadas de forma a evidenciar as alterações observadas.

Números totais de patrocinadores e de encerramentos de contratos

Em 2019 os clubes da Série A possuíram um total de 144 patrocinadores. Apesar da pandemia do COVID-19, o número praticamente se manteve em 2020, com 143. Já em 2021, 172 empresas estamparam os uniformes dos 20 clubes da principal divisão do Campeonato Brasileiro.

Já entre os patrocínios encerrados, como é possível prever, 2020 foi o ano mais impactado. Se em 2019 18 empresas cancelaram seus contratos, totalizando 26 propriedades do uniforme liberadas, em 2020 essa quantia subiu para 32 empresas, com 44 propriedades livres no ano em que iniciou a pandemia. Já em 2021 a quantia voltou a um número mais próximo ao de 2019, com 28 patrocínios encerrados.

Entre os patrocínios encerrados, os segmentos que mais se destacaram em 2019 foram os de Serviços Financeiros e Instituições de Ensino, com quatro patrocínios de cada um encerrado. Já em

2020 as quantias aumentaram para cinco encerramentos no setor de Saúde e de Construção e Acabamento, sete de Alimentação, mas com apenas três empresas se retirando, pois o Azeite Royal finalizou quatro contratos, e oito de apostas esportivas. Já em 2021 os únicos setores que mantiveram uma alta quantidade de patrocínios encerrados foram os de Apostas Esportivas e Serviços Financeiros, com quatro contratos finalizados por cada área.

Principais segmentos econômicos patrocinadores dos clubes

Sobre os principais segmentos econômicos dos patrocinadores presentes nos uniformes dos 20 clubes da Série A do Campeonato Brasileiro, começando pelo ano de 2019, o destaque foi o setor de Serviços Financeiros, com 23 empresas, considerando aqui os diferentes tipos de empresas dessa área, como também os bancos. Alimentação foi o segundo setor com mais empresas, com 22, seguido pelo setor de saúde, com 11 patrocinadores (Figura 2).

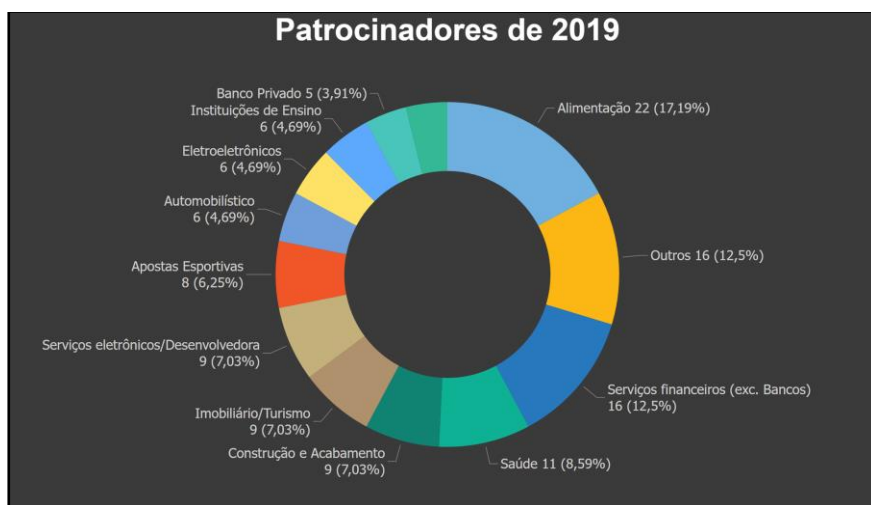


Figura 2 - Maiores patrocinadores de 2019.

A Figura 3 expõe a temporada de 2020-21, aqui referida como temporada 2020, com destaque para algumas mudanças. As principais foram o crescimento de 55% (11 para 17) das empresas do setor de Saúde, de 11 para 17; e das do ramo de Apostas Esportivas: de oito para 11, aumento de 37,5%.



Figura 3 - Maiores patrocinadores da temporada 2020.



Já na temporada de 2021 (Figura 4), o setor de Saúde assumiu a liderança de maior patrocinador nos uniformes, além do crescimento do item outros e do varejista.



Figura 4 - Maiores patrocinadores de 2021.

Também pode ser observado o número de segmentos por clubes, ou seja, quais setores foram mais dominantes nos uniformes dos clubes no período analisado (Figura 5).



Figura 5 - Número de clubes por segmento.

Os setores de Imobiliário, de Construção e de Acabamento, devido à proximidade entre eles, foram agrupados, já os segmentos Bancos e Serviços Financeiros foram mantidos separados, pois ambos estavam presentes em mais de dez clubes em pelo menos um ano, com a separação visando evidenciar claramente as variações de cada um desses setores.

Observa-se que em 2019 o segmento Imobiliário, Construção e Acabamento estava presente no maior número de clubes da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol: 16 dos 20 clubes o possuíam em seus uniformes. Em 2020, 18 dos 20 clubes da Série A possuíam o

segmento Apostas Esportivas em ao menos alguma parte da temporada, com oito expondo empresas dessa área como patrocinadoras-máster, como abordado no item 4.3. Já os outros segmentos não sofreram variações relevantes. Por fim, em 2021, foi constatada a manutenção das Apostas Esportivas como setor mais presente, com destaque também para a queda do patrocínio dos bancos, principalmente com a diminuição dos bancos privados.

Principais variações entre as temporadas 2019, 2020 e 2021

A partir dos segmentos patrocinadores identificados foram analisadas as principais variações dos patrocinadores entre as temporadas 2019, pré-pandemia, e 2020 e 2021, anos afetados diretamente pela pandemia de COVID-19 (Figura 6).

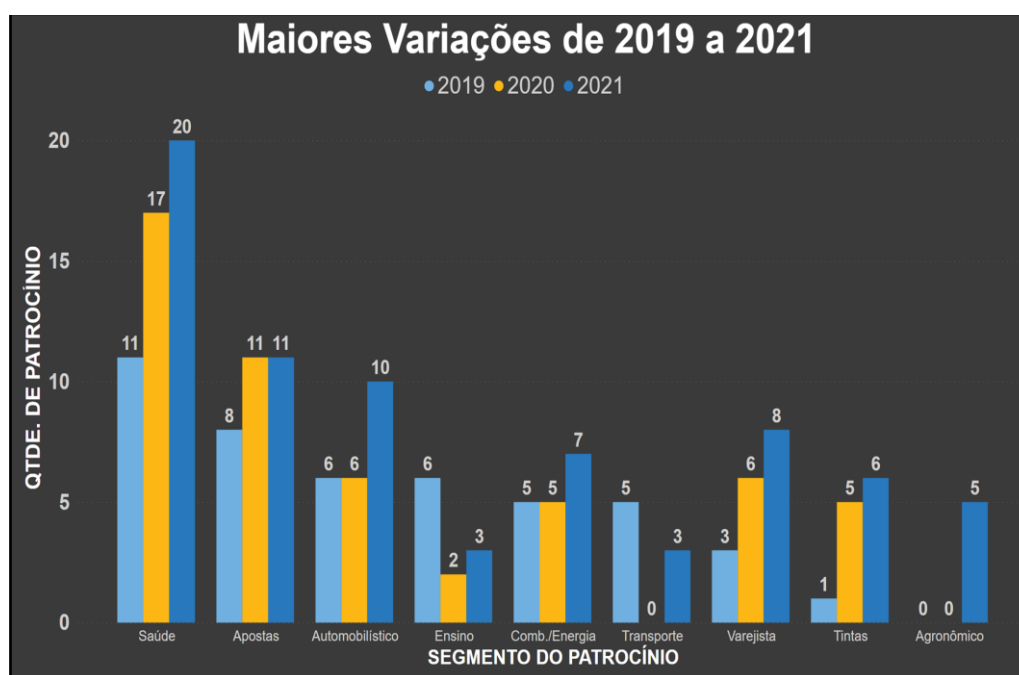


Figura 6 - Maiores variações entre as temporadas 2019, 2020 e 2021.

O resultado mais expressivo foi o aumento de 70% nos patrocínios de empresas do segmento de Saúde, subindo de dez empresas nos uniformes em 2019 para 17 em 2020, ano em que teve início a pandemia da COVID-19. Em 2021 houve um novo aumento, de 18%, totalizando 100% de elevação entre 2019 e 2021.

As Apostas Esportivas foi outro segmento que, como já citado, teve um aumento relevante. Em 2019, primeira temporada completa após a legalização das apostas esportivas no Brasil, haviam oito empresas patrocinadoras e 14 propriedades nos uniformes, mas apenas uma máster. Já na temporada seguinte houveram 11 patrocinadores, com 22 propriedades e oito máster, se mantendo, em 2021, 11 empresas com 23 propriedades.

Houve uma queda de 28% na quantidade de patrocínios advindos do setor de Alimentação: 18 em 2019 para 13 em 2020. Essa queda se deve ao fato do Azeite Royal ter encerrado seu patrocínio aos quatro grandes clubes do Rio de Janeiro alegando problemas financeiros advindos da pandemia, conforme o exposto pelo site MKT Esportivo (2020). Já em 2021 se manteve o número do ano anterior.

Outra mudança observada de 2019 para 2020 foi a queda no segmento Educacional. As instituições de ensino tiveram uma queda de seis para duas patrocinadoras, com três em 2021. Entre



elas, destaque para a Faculdade das Américas (FAM), presente em quatro propriedades do Palmeiras, e para a Unicesumar, que possuía três propriedades em diferentes clubes.

Houve também crescimento no subsegmento Acabamento, com destaque para as empresas de tintas: de uma empresa patrocinadora em 2019 para seis em 2020 e 2021. O setor Agrônômico também obteve relevante aumento. Partindo de nenhuma empresa do ramo nos dois primeiros anos da pesquisa, o segmento chegou a cinco em 2022, auxiliado, principalmente, pelos acessos da Associação Chapecoense de Futebol (3 empresas), Cuiabá Esporte Clube (1) e Esporte Clube Juventude (1) à Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol.

O segmento de Transporte também apresentou variação, apesar do limitado número de empresas. Em 2019 possuía cinco empresas, com cinco propriedades nos uniformes, enquanto que em 2020, ano inicial da pandemia da COVID-19, nenhuma esteve presente, subindo para três empresas, com três propriedades, em 2021.

Outro setor que apresentou crescimento foi o Automobilístico: de seis empresas em 2019 para dez, com 18 propriedades, em 2021, o equivalente a 67% de expansão. Por fim, o segmento Varejista também aumentou, de três empresas em cinco uniformes em 2019 para oito empresas em 14 uniformes em 2021.

Patrocínios-máster

A pesquisa também focou nos segmentos dos patrocinadores-máster, ou seja, nas empresas que ocupavam o peito frontal das camisas de jogo, espaço mais nobre, exposto e valorizado dos uniformes de futebol (Figura 7).

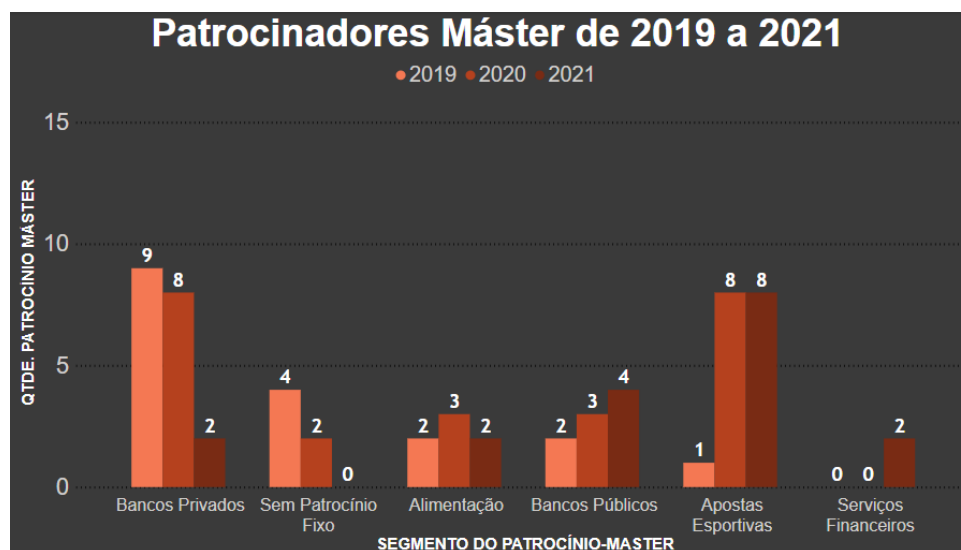


Figura 7 – Principais segmentos dos patrocinadores-máster de 2019 a 2021.

Observou-se que no ano de 2019 houve quatro clubes sem patrocínio-máster fixo, com dois nessa situação em 2020. Já em 2021 todos os clubes da Série A firmaram contratos de patrocínio-máster fixo. Isso indica que o patrocínio-máster foi procurado como opção primária de patrocínio de médio/longo prazo para os clubes da principal divisão do Campeonato Brasileiro.

Os bancos públicos passaram de 14 patrocínios-máster em 2018, com grande protagonismo da Caixa, para dois, três e quatro, respectivamente, em 2019, 2020 e 2021. Os principais agentes nesse período foram o Banrisul, nos clubes do Rio Grande do Sul, e o Banco de Brasília, no Flamengo. Já os bancos privados se tornaram protagonistas no centro dos uniformes em 2019, com nove

propriedades (45% da Série A) e seis diferentes bancos. Em 2020 houve oito patrocínios máster dessa área, caindo para dois na temporada seguinte.

Destaca-se o significativo crescimento das empresas de Apostas Esportivas, cuja atividade foi legalizada no país em 2018. Uma empresa do ramo estava estampada na propriedade mais nobre dos uniformes em 2019, contra seis em 2020, com elas presentes em oito clubes. Esse número de equipes equivale a 40% da Série A, com destaque para as do Nordeste e do Centro-Oeste. Em 2021 foi mantida a presença em oito clubes, mas dessa vez com times também do Sudeste.

Em 2021 houve diversos novos segmentos no patrocínio-máster, como Serviços Eletrônicos (2 empresas), Saúde/Fármaco (2), Varejista (2) e Eletroeletrônicos (1), além de Serviços Financeiros, com duas propriedades (aqui excluiu-se os bancos), o que não acontecia desde 2018. Ou seja, ocorreu uma pulverização dos patrocinadores, não sendo observado o padrão anterior de amplas entradas de diferentes segmentos em um determinado ano. Por fim, o único segmento que se manteve constante nos uniformes foi o de Alimentação, entre um e três patrocínios no período analisado.

Patrocínios em outras propriedades dos uniformes

Outro ponto de análise foi a utilização das diferentes propriedades de patrocínio dos uniformes para além do patrocínio-máster. Ou seja, os diferentes espaços nos uniformes disponibilizados para comercialização pelos clubes, em especial os expostos anteriormente na Figura 1.

Começando por 2019, foram utilizados, ao menos, nove espaços nas camisetas, calções e meiões, com destaque para a frente superior e esterno das camisetas (Figura 8). Interessante observar que a barra das camisetas se destacou entre os patrocinadores do setor de Apostas Esportivas, com cinco patrocínios entre os 20 totais.



Figura 8 - Número de patrocínios por propriedade do uniforme em 2019.

Nesse período a frente superior e esterno dos uniformes se destacou como o espaço com mais patrocinadores pontuais (9 empresas) e cancelados (5). Também foi o setor com maior número de patrocinadores totais: 42. O calção também foi uma área com muitos contratos encerrados: sete de 34 (21%), além de estampar um alto número de empresas do setor de Saúde (sete propriedades, 35% da Série A). O patrocínio-máster foi o que mais teve pontuais, com 12 de 31 (39%). As costas contaram com 18 contratos regulares nos 20 clubes, se mostrando como uma área muito visada pelos patrocinadores fixos.



Em 2020, no geral, foram observadas alterações (Figura 9). No patrocínio-máster, ao contrário do ano anterior, houve apenas três pontuais, porém sete contratos foram encerrados (29%). A quantidade total nesta propriedade também caiu de 34 para 24. A frente superior/esterno e o calção foram os espaços que mais estamparam patrocínios: respectivamente 37 e 36. A barra frontal teve sete pontuais de um total de 21 (33%). Já as costas possuíram sete propriedades de Eletroeletrônicos, sete de Serviços Eletrônicos (35%) e quatro de Bancos (dois privados e dois públicos – 20%).



Figura 9 - Número de patrocínios por propriedade do uniforme em 2020.

Já em 2021 ocorreram novas mudanças (Figura 10), com as mangas sendo o local mais frequente e fixo: todos clubes possuíam patrocinadores nelas e, das 24 propriedades totais desse espaço, ocorreram apenas dois encerramentos e dois pontuais.



Figura 10 - Número de patrocínios por propriedade do uniforme em 2021

O calção teve um aumento relevante no período: de 34 patrocinadores em 2019 para 43 em 2021 (26,5%). A barra traseira teve crescimento, de 28 em 2020 para 36 em 2021 (28,5%), com destaque para a Unimed, empresa do segmento de Saúde, que ocupou essa propriedade no uniforme de 25% a 35% do total de clubes da Série A no período de análise. Já o patrocínio inserido dentro dos números também elevou: de 10 em 2019 para 15 em 2021.

Contudo, o destaque negativo do crescimento das propriedades citadas é que tais espaços tendem a envolver cotas de patrocínio mais baratas, ou até mesmo permutas, gerando menores receitas financeiras aos clubes e aumentando a necessidade de mais patrocinadores nos uniformes para se obter o total almejado inicialmente.

Patrocínios pontuais

Também foram considerados os patrocínios pontuais, ou seja, aqueles firmados pelos clubes visando uma ou poucas partidas, com as empresas buscando, principalmente, aproveitar a divulgação gerada pelos jogos relevantes ou decisivos. Em 2018 houveram 40 contratos de patrocínios pontuais durante toda a temporada da Série A, número próximo do ano seguinte (38).

Porém, em 2020, ano do início da pandemia, essa possibilidade, que poderia ser uma alternativa viável para minimizar os efeitos dos encerramentos dos contratos fixos, foi utilizada apenas 23 vezes, sendo que, em 2021, os patrocínios pontuais mais do que dobraram (aumento de 109%), com 48 contratos, se aproximando dos números pré-pandêmicos.

Em 2019, três das 10 (30%) empresas do segmento de Construção e Acabamento utilizaram contratos pontuais, número próximo da situação do segmento de Serviços Financeiros (desconsiderando Bancos), que teve quatro pontuais dos 14 patrocínios. Das seis Instituições de Ensino nos uniformes, apenas uma entrou pontualmente.

Em 2020, o segmento de Saúde teve quatro contratos pontuais de 17 totais. O setor de Tintas teve dois pontuais de cinco totais (40%). Por fim, em 2021, os segmentos que mais exploraram os patrocínios pontuais foram Construção e Acabamento, com seis de 16 empresas, sendo três de Tintas, e Saúde, cinco de 19. Entre os clubes, a Chapecoense foi a que mais teve patrocinadores pontuais: 13 das 48 empresas patrocinadoras pontuais identificadas no período de análise.

Discussão

Segundo Kotler and Keller (2006), Mullin et al. (2004) e Rocco et al. (2014) existem diversos motivos que influenciam a decisão das empresas de patrocinarem clubes de futebol, como mercado-alvo e seu estilo de vida, aumento da conscientização acerca do nome da empresa, expressar compromisso com a sociedade e criar experiências, além do contexto interno e externo vivenciado por cada empresa. Ou seja, há uma série de critérios e fatores socioeconômicos e gerenciais que levam uma empresa a patrocinar uma agremiação esportiva. Obviamente, também há fatores específicos do produto esportivo, como as características da Série A do Campeonato Brasileiro de Futebol e dos clubes que a disputam.

A diversidade de fatores e situações que envolvem a tomada de decisão sobre as ações de marketing, inclusive de Marketing Esportivo, foi abordada por Abreu and Castro Alves (2021), ao analisarem as ações de marketing de empresas alimentícias durante a pandemia, com as ações de patrocínio esportivo sendo uma entre diferentes ações de marketing online e offline.

A partir do exposto, é necessário esclarecer que os efeitos da pandemia no crescimento ou retração de diferentes segmentos econômicos é relevante para os resultados da presente pesquisa, mas que a compreensão desses efeitos, juntamente com as decisões gerenciais que determinaram a continuidade ou não dos patrocínios no período, não fazem parte dos objetivos da presente pesquisa,



apesar desses elementos afetaram o objeto de estudo da pesquisa. Por outro lado, a evidência do crescimento do patrocínio de alguns setores, como os de Saúde, Agrônomo e de Apostas Esportivas, e a diminuição de outros, como de Bancos, pode contribuir para a análise dos efeitos da pandemia nesses setores.

Um evento de relevância a ser considerado na continuidade, ou não, dos patrocínios foi a pausa das competições por conta da pandemia da COVID-19. A edição de 2020 da Série A do Campeonato Brasileiro, em uma situação ordinária, possuía previsão de início para dois de maio e término em seis de dezembro de 2020. Porém, a competição só teve início em oito de agosto e se estendeu até 24 de fevereiro de 2021.

A alteração das datas fez com que o campeonato terminasse após o encerramento de alguns contratos de patrocínio, que possuíam data limite no final de 2020. Isso afetou a exposição desses patrocinadores e os resultados da pesquisa, pois gerou um número maior de encerramentos de contratos durante a competição do que o ocorrido em uma situação corriqueira.

Além disso, os patrocinadores tiveram meses de adiamento da sua exposição na mídia, especialmente pela não realização dos jogos, paralisados em meados de março de 2020. Assim, a publicidade nos uniformes, que visa principalmente a chamada mídia espontânea, não decorreu na data esperada pelos patrocinadores, mas com meses de atraso. Tal atraso, que a princípio pode ter gerado resultados negativos para os patrocinadores, foi, de certa maneira, compensado com a retomada da competição, que gerou uma elevada mídia espontânea durante a pandemia, visto que os jogos eram, inicialmente, uma das poucas atrações de lazer e de entretenimento ao vivo na televisão, elevando o interesse do público e a exposição dos clubes, estimulando a continuidade dos patrocínios e a atração de novos patrocinadores, principalmente dos setores “beneficiados” pela pandemia, como o de Saúde.

Para manter a exposição dos patrocinadores durante a paralisação dos jogos, as redes sociais dos clubes receberam atenção especial e os conteúdos postados foram fundamentais para gerar visibilidade e manter o interesse das instituições patrocinadoras, com a intensificação do uso dos meios de comunicação também foi muito útil para a captação de novos patrocínios (Romanelli, & Nunes, 2020).

Focando diretamente nos resultados obtidos e nos patrocínios fixos da propriedade máster, observa-se que o final do patrocínio da Caixa Econômica Federal, que até meados da década de 2010 era a principal patrocinadora dos clubes da Série A, fez com que 13 clubes buscassem novos patrocínios-máster, sendo que em 2019 três clubes ainda não possuíam patrocinadores principais, no peito da camiseta, fixos. Além disso, nesse ano ainda houve 12 empresas com patrocínios pontuais ao todo na maior propriedade do uniforme.

Já em 2021 nenhum clube contava somente com contratos de patrocínio pontuais, com apenas três empresas com contratos pontuais para o espaço mais nobre do uniforme. Assim, ficou evidente que contratos duradouros de patrocínio-máster foi a opção mais utilizada a médio prazo dos clubes, já que eles garantem estabilidade e maiores receitas.

Foi também constatado que houve um aumento de 100% nos patrocínios de empresas do segmento de Saúde de 2019 para 2021, subindo de dez para 20 as empresas dessa área expostas nos uniformes. Se em 2019 não havia nenhuma empresa de venda ou distribuição de produtos farmacêuticos, laboratórios ou farmácias patrocinando os clubes da Série A, em 2021 foram identificadas sete desse segmento investindo nos clubes.

Um dos fatores motivadores dessa alteração pode ser a então obrigatoriedade de realização de testes de COVID-19 em todos os atletas dos clubes. No começo do Campeonato Brasileiro de 2020 esses testes deveriam obrigatoriamente serem realizados pelo Hospital Israelita Albert Einstein. Porém, após um incidente envolvendo o hospital e o Goiás Esporte Clube, como reportado pela CNN Brasil entre outros portais de notícia, o mesmo perdeu a exclusividade, o que levou os clubes

a buscarem outras oportunidades que facilitassem a sua logística. Isso pode ter estimulado os clubes a procurarem novas oportunidades de patrocínios, inclusive por meio de permutas, envolvendo a negociação de propriedades do uniforme para obter os serviços de realização dos testes de COVID-19, afetando os resultados obtidos no presente estudo.

O aumento dos patrocínios de empresas do segmento de Saúde também pode ser explicado pelo exposto por Bernardes et al. (2020), que relatam que o segmento de Serviços de Saúde sofreu uma queda durante a pandemia menor que a média geral (64% versus 67%), com o subsegmento fármaco sofrendo uma queda ainda mais baixa, de apenas 15%. Tal ponto é reafirmado por Mattei and Heinen (2020), que argumentam que:

Tomado em seu conjunto, o ramo de Administração pública, defesa e seguridade social, educação, saúde humana e assistência social cresceu 1,7% ao ano [2020]. Todavia, no interior desse grupamento nota-se que todo o saldo positivo se concentrou nos segmentos de educação e atenção à saúde humana. (Mattei, & Heinen, 2020, p. 651).

Outro resultado expressivo identificado foi o crescimento das empresas de Apostas Esportivas. De uma empresa como patrocinadora máster, em 2019, chegou-se, em 2020, a oito propriedades máster em clubes da região Nordeste, Centro-Oeste e Sul. Em 2021 manteve-se o número de propriedades, mas desta vez também com clubes do Sudeste.

Esse aumento se deve, segundo Salvaro and Borges (2019), pela criação da Lei nº 13.756/18, promulgada por Michel Temer, em 2018, que autorizou e legalizou a realização de apostas esportivas no Brasil, pois, “no primeiro mandato da presidente Dilma, a equipe econômica percebeu que a proibição dos jogos levava ao não recolhimento de bilhões de reais relativos a tributos com a proibição dos jogos” (Salvaro, & Borges, 2019, p. 2).

A relevância do patrocínio das casas de apostas é evidenciada por Dantas and Matias (2017). Os autores indicam que as empresas desse segmento foram os patrocinadores com o maior número de propriedades máster nos clubes das cinco principais ligas de futebol europeias (ligas inglesa, francesa, alemã, espanhola e italiana), correspondendo a 22,2% dos patrocinadores principais.

Segundo os dados obtidos na presente pesquisa, a Série A do Campeonato Brasileiro chegou a um nível parecido no final dos três primeiros anos de vigência da citada Lei, com a presença de 11 empresas e o uso de 22 propriedades, incluindo oito patrocínios-master, o equivalente a 40% do total dessas propriedades. Assim, esse segmento se tornou o com mais patrocínios-máster, resultado superior ao apontado por Dantas and Matias (2017).

A variação dos bancos privados nas propriedades máster dos uniformes também foi notável. Entre 2017 e 2018, período em que a Caixa Econômica Federal patrocinou a maior parte dos clubes da Série A, apenas duas propriedades nos uniformes eram ocupadas por bancos privados. Já em 2019 e 2020 houve crescimento para, respectivamente, 9 e 8 propriedades, com uma queda para novamente duas propriedades em 2021. Além disso, em 2020, 50% dos bancos privados tiveram seus patrocínios encerrados antes do término da temporada.

No geral, grande parte dos bancos encontrados são estatais (Caixa Econômica Federal, Banco de Brasília e Banrisul) e digitais (Inter e BS2). Além deles havia o Paraná Banco, Crefisa, Digimais e BMG, com predominância de bancos privados do Sudeste.

Por fim, quanto aos segmentos de Tintas, Instituições de Ensino e Agrônômico, consideramos que, apesar de variações relevantes durante o período de análise, o número total de empresas desses setores e de propriedades adquiridas por elas ainda é baixo, não passando de seis, apesar do interesse pelo patrocínio aos clubes desses segmentos ser relevante e com potencial de crescimento.



Conclusões e recomendações

O futebol brasileiro, seus clubes e o Campeonato Brasileiro de futebol masculino passaram por profundas mudanças nos últimos anos. *Impeachment*, saída da Caixa Econômica Federal como patrocinadora dos principais clubes, pandemia de Covid-19 e o adiamento dos eventos esportivos, com o consequente adiamento da exposição dos patrocinadores, são exemplos de fatos que afetaram diretamente os clubes da Série A do Campeonato Brasileiro.

A partir desses acontecimentos se tornou relevante mapear como se deram as consequências destas profundas mudanças sociais e econômicas dentro do esporte, especialmente seus efeitos nos patrocínios esportivos. Para isso buscou-se analisar as temporadas de 2019, 2020 e 2021 da Série A do Campeonato Brasileiro para evidenciar as alterações nos patrocinadores dos clubes participantes da competição nesse período.

Em 2019, o futebol brasileiro colocou em seus uniformes 144 patrocinadoras diferentes, como exposto no trabalho do IBOPE Repucom (2019), um crescimento de 30% em relação ao ano anterior (2018), com 111. Apesar da pandemia do COVID-19, o número se manteve em 2020, com 145 empresas totais, porém 44 empresas que não terminaram a competição como patrocinadoras dos respectivos clubes, claro aumento em relação às 26 de 2019. Já em 2021, houve um “boom” com 172 empresas estampando os uniformes dos clubes, porém, também houve aumento dos contratos pontuais com 48, quanto aos anos anteriores, em que estamparam 38 e 23 pontuais, respectivamente.

A Série A do Campeonato Brasileiro Masculino de 2019 se iniciou com o segmento alimentício e o segmento de serviços financeiros sendo os *players* com maior quantidade de empresas engajadas no patrocínio dos clubes participantes. Vimos este cenário mudar com o passar destes 2 anos, observando crescimento forte de saúde, construção e acabamento e apostas esportivas. Além deles, os gêneros de serviços eletrônicos, serviços financeiros, imobiliário/turístico e automobilístico sempre possuíram relevância no mercado do futebol.

Já o patrocínio-máster foi o que viu a mudança mais exponencial dos últimos anos. Em 2018, houve o fim da predominância do banco público do uniforme dos clubes. 2019 viu um crescimento dos bancos privados (9) e dos patrocínios pontuais (4) no centro da camisa. Em 2020 houve o crescimento de 1 para 8 empresas de apostas esportivas e manutenção dos bancos privados. Este sofreu um baque na presença nos uniformes em 2021, com apenas 2, ano este que as apostas esportivas dominaram com 8 propriedades. Os clubes utilizaram o patrocínio permanente na área mais nobre do uniforme em 2021.

As propriedades dos uniformes tiveram algumas mudanças em seu uso nestes anos. A frente superior viu um crescimento em seu uso para patrocínios pontuais, indo de 9 para 12 em 3 anos. Também houve maior procura pela região, indo de 42 para 47 patrocinadores neste período. A propriedade dentro dos números do uniforme também viu um crescimento, neste caso de 33,3%, indo de 12 para 16 propriedades patrocinadas.

Além de promover dados sobre segmentos com interesse na entrada no alto rendimento do futebol, que podem ser valiosos para os clubes na prospecção de patrocinadores, a atual pesquisa é uma forma de se observar empresas e segmentos que estão buscando sua entrada e fortalecendo a sua marca com o esporte de alto rendimento, e dá indícios sobre variações econômicas. As variações observadas podem trazer diversos padrões e, consequentemente, informações para quem trabalha na área.

Podemos apontar como limitação da pesquisa o uso apenas de dados secundários oriundos, principalmente, do IBOPE Repucom (2019, 2021a, 2021b). Como esses dados foram produzidos

por outros pesquisadores não é possível assegurar de maneira total a confiabilidade destes, o que pode ocasionar erros não intencionais. Outro ponto a ser observado é o fato de que os resultados não podem ser utilizados isoladamente para a compreensão das mudanças econômicas ocasionadas pela pandemia de COVID-19, além de não permitirem um entendimento amplo das estratégias e ações das empresas patrocinadoras, independente do seu segmento econômico, visto que vários fatores, inclusive não esportivos, influenciam as atividades de marketing das mesmas.

Os dados e resultados da atual pesquisa podem ser utilizados para explorar diversas outras pesquisas envolvendo os segmentos e os clubes brasileiros. Uma delas é analisar a fundo cada uma das variações que ocorreram nestes três anos estudados por esta pesquisa, ou então nos outros 31 anos pesquisados pelo IBOPE Repucom a pedido da Folha de S. Paulo. Entender como elas podem ser interpretadas relacionadas à economia e aos eventos de cada período. É possível realizar a análise para os próximos anos também, tentando entender, com o passar do tempo, as variações.

É possível realizar pesquisas explorando padrões e variações em clubes de divisões mais baixas do Brasil. Isso possibilitaria análises comparativas para entendimento do interesse de cada segmento ou subsegmento em clubes, propriedades e valores. Traria conclusões sobre interesse dos segmentos em faixa de valor investido, nível de exposição, interesse regional, entre outros.

Outra oportunidade é entender as variações fora do Brasil, tentando comparar a realidade local com a de outros países, a fim de entender a motivação de alguns segmentos possuírem mais interesse em investir na publicidade em determinado país.

Entender as variações de outras modalidades no Brasil é fundamental para mapear as diferenças entre os segmentos e empresas interessadas. É uma pesquisa que pode facilitar muito a procura dos clubes em segmentos e empresas interessados no patrocínio de sua respectiva modalidade.

Examinar os segmentos classificando em subsegmentos, como foi feito neste trabalho com o segmento de Saúde e o subsegmento Farmacêutico, com o objetivo de conseguir dados específicos, pode trazer resultados. O crescimento de nenhuma para 7 empresas Farmacêuticas de 2019 para 2021 é um modo de entender variações de segmentos menores, podendo observar características de empresas dispostas a investir na publicidade no futebol.

A busca por detalhes dos contratos traz informações que embasarão a pesquisa. Descobrir relações entre segmentos e duração, valores, propriedades e ações de marketing de interesse, entre outros dados específicos do contrato, pode tornar a exploração rica de informações. Também será possível entender as relações entre os fatores específicos do contrato, balanço financeiro, desempenho em campo, entre outros.

O que também é explorável são as motivações para os segmentos e subsegmentos escolherem investir na publicidade do futebol profissional e do mais alto rendimento neste período pandêmico. Nisso, seria possível realizar pesquisas diretas, com abordagens a empresas de determinado segmento, com o objetivo de entender padrões de interesse e o que levou ao acréscimo ou decréscimo deste nas propriedades em determinado período do tempo.

Assim, também se faz importante o entendimento da abordagem ao marketing, outro grande fator da publicidade esportiva e que poderá ser explorado em futuras pesquisas. Entender porque uma empresa, um segmento ou subsegmento deseja ou não investir na publicidade esportiva em determinado período de tempo, trará muitas informações. Entre elas, qual foi o motivo da mudança, como o sucesso ou fracasso foi medido, como foi decidido e que outra forma de divulgação foi escolhida. São todas formas de entender o núcleo da decisão e tentar evoluir a forma de se pensar a venda de propriedades e o marketing esportivo.



Referências

- Abreu, F. F. de, & Castro Alves, D. (2020). Marketing de conteúdo e setor alimentício: apropriações do mercado em tempos de pandemia do novo coronavírus. *INTERIN*, 26(1), 47–70. <https://doi.org/10.35168/1980-5276.UTP.interin.2021.Vol26.N1.pp47-70>
- Associação Atlética Ponte Preta. (2013). Proposta Comercial. Campinas.
- Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Becker, C., Cesar, C., Steigleder, D. G., & Weber, M. H. (2021). Manifestações e votos ao Impeachment de Dilma Rousseff na primeira página de jornais brasileiros. *Pactos e Disputas Político-Comunicacionais Sobre a Presidenta Dilma*, 729–756.
- Bernardes, J. R., Silva, B. L. de S., & Lima, T. C. F. (2020). Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. *REVISTA DA FAESF*, 4. <https://doi.org/10.58969/25947125.4.0.2020.115>
- Caporal, C. S., & Campos, J. G. C. (2013). Análise do retorno de mídia espontânea esportiva no jornal impresso do Diário Catarinense. Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça.
- CNN. (2020, August 10). Hospital Albert Einstein perde exclusividade para realizar testes do Brasileiro. Recuperado de <https://www.cnnbrasil.com.br/esporte/hospital-albert-einstein-perde-exclusividade-para-realizar-testes-do-brasileirao/>
- Dantas, L., & Matias, W. B. (2017). O patrocínio máster e esportivo dos clubes de futebol da Europa. XX Congresso Brasileiro de Ciências Do Esporte e VII Congresso Internacional de Ciências Do Esporte.
- de Almeida, R. G. M. (2009). Análise da descontinuidade do patrocínio esportivo em clubes de futebol no Brasil (Universidade Estadual de Campinas). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP. <https://doi.org/10.47749/T/UNICAMP.2009.475231>
- de Benedicto, S. C., Benedicto, G. C. de, Stieg, C. M., & Andrade, G. H. N. de. (2012). Postura metodológica indutiva e dedutiva na produção científica dos estudos em administração e organizações: uma análise de suas limitações e possibilidades DOI - 10.5752/P.1984-6606.2012v12n30p4. *Revista Economia & Gestão*, 12(30). <https://doi.org/10.5752/P.1984-6606.2012v12n30p4>
- de Quadros, A. G. (2014). A Gestão Estratégica do Patrocínio Esportivo: Um estudo de caso na Caixa Econômica Federal (Monografia). Universidade de Brasília, Brasília.
- Envolvida em polêmica, Azeite Royal rescinde com G4 carioca e deixa futebol. (2020, March 23). Recuperado de <https://www.mktesportivo.com/2020/03/envolvida-em-polemica-azeite-royal-rescinde-com-g4-carioca-e-deixa-futebol/>.
- Fernandes, V. A. G., Mazzei, L. C., & Vitorio, S. L. (2019). Marketing Esportivo: fatores que motivam os torcedores da A. A. Internacional de Limeira Comparecerem ao Estádio. Universidade Estadual de Campinas, Limeira.
- Galhardo, W. C., & Almeida, M. A. B. de. (2013). A monocultura do futebol no Brasil: uma análise sociológica. *Lecturas, Educación Física y Deportes*, 18(179), on-line. Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd179/a-monocultura-do-futebol-no-brasil.htm>
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4th ed.). São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Grafietti, C. (2020). Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol.
- Grafietti, C. (2021). Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol.
- Gullo, M. C. R. (2020). The economy in pandemic Covid-19: some considerations. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 12(Especial), 1–8. <https://doi.org/10.18226/21789061.v12i3a05>
- Hans, F. P., Accocella, L. R., & dos Santos, I. A. C. R. (2021). Marca Própria em Clubes Brasileiros: Um Estudo Preliminar. 11o Congresso Brasileiro de Gestão Do Esporte. Juiz de Fora.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2006) *Administração de Marketing*. (12ª ed). São Paulo: Pearson.
- Machado, J. R., & Zem, C. A. (2004). *Marketing Esportivo: um estudo sobre o crescimento das instituições de ensino na prática do patrocínio*. VII SemeAd, 1–11. São Paulo.
- Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro 2019. (2019).
- Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro + Botafogo, Cruzeiro e Vasco 2021. (2021b).
- Mapa dos patrocinadores dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro + Cruzeiro 2020-21. (2021a).
- Mattei, L., & Heinen, V. L. (2020). Impactos da crise da Covid-19 no mercado de trabalho brasileiro. *Brazilian Journal of Political Economy*, 40(4), 647–668. <https://doi.org/10.1590/0101-31572020-3200>

- Mazzei, L., de Oliveira, N. S., Rocco Jr., A. J., & Bastos, F. D. C. (2013). Uma Análise da Produção Acadêmica Brasileira em Marketing Esportivo Enquanto Área Multidisciplinar. *Revista Brasileira de Marketing*, 12(4), 183–200. <https://doi.org/10.5585/remark.v12i4.2625>
- Moraes, I. F., Carlassara, E. O. C., Mazzei, L. C., & Rocco Jr., A. J. (2020). Football in Brazil: what brings fans/consumers to stadiums and arenas in the city of São Paulo. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 20(3/4), 193. <https://doi.org/10.1504/ijsmm.2020.10032919>.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2007). *Sport Marketing* (3o ed, Vol. 13). Human Kinetics.
- Parolini, P., & Rocco Júnior, J. (2016). Patrocínio esportivo no Brasil: Uma análise qualitativa da produção acadêmica brasileira sobre o tema. *REVISTA INTERCONTINENTAL DE GESTÃO DESPORTIVA-RIGD*, 6(1). Recuperado de <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=gestaoesportiva&page=article&op=view&path%5B%5D=2113&path%5B%5D=2437>
- Passos, P., & Petrocilo, C. (2019, May 5). Camisas de futebol explicam a evolução econômica brasileira. *Folha de S. Paulo*. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/05/camisas-de-futebol-explicam-a-evolucao-economica-brasileira.shtml>.
- Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (2002). *Fundamentals of Sport Marketing* (2o ed). Morgantown: Fitness Information Technology.
- Rocco Júnior, A. J., Giglio, S. S., & Mazzei, L. C. (2014). Patrocínio esportivo e evolução histórica da relação fornecedor-clubes de futebol no Brasil e na Europa. *Pretexto*, 15(abr./ju 2014), 77-92. Recuperado de http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/2328/pdf_19
- Rocha, C. M. da, & Bastos, F. da C. (2011). Gestão do esporte: definindo a área. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 25(spe), 91–103. <https://doi.org/10.1590/S1807-55092011000500010>
- Romanelli, B. D. de P., & Nunes, T. S. (2022). Marketing Esportivo em Tempos de Pandemia da Covid-19: a realidade de um Clube de Futebol Brasileiro. *Caderno Profissional de Marketing UNIMEP*, 10, 159–180.
- Salvaro, R. de F., & Borges, A. (2019). Perspectivas de tributação com a legalização das apostas esportivas no Brasil (Trabalho de Conclusão de Curso). Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma.
- Schwarz, E. C., & Hunter, J. D. (2017). *Advanced Theory and Practice in Sport Marketing* (3o ed). London: Routledge.
- Skinner, J., Edwards, A., & Corbett, B. (2014). *Research Methods For Sport Management* (1o ed; D. Hassan, Ed.). New York: Routledge.
- Valente, R., & Serafim, M. C. (2006). Gestão esportiva: novos rumos para o futebol brasileiro. *Revista de Administração de Empresas*, 46(3), 131–136. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902006000300008>
- Veal, A. J., & Darcy, S. (2014). *Research Methods in Sport Studies and Sport Management* (1o ed). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315776668>
- Volk Schatz, P., & Espíndola, C. J. (2023). Marketing Esportivo: Geofronter, 9. <https://doi.org/10.61389/geofronter.v9i1.7648>

Recebido em: 27/12/2023

Aceite em: 10/02/2024

Endereço para correspondência:

Lorenzo Christofoli Scalise
lorenscalise@hotmail.com

Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Captação de recursos pela lei de incentivo ao esporte: relato de experiência num clube filiado ao CBC

Fundraising through the sports incentive law: experience report in a club affiliated with the CBC

Captación de fondos a través de la ley de incentivos al deporte: relato de experiencia en un club afiliado a la CBC

Fabrício Augusto Sodré Sousa 

Universidade de São Paulo (USP), Brasil – fujicomerc@uol.com.br

Antonio Pereira Sousa 

Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Brasil – aauepb@gmail.com

Resumo

Um significativo desafio dos clubes desenvolverem esportes de alto rendimento é a captação de recursos financeiros, seja de fontes próprias e/ou no mercado. Nesse contexto, a Lei de Incentivo ao Esporte (LIE) surge como uma alternativa. Este trabalho apresenta um relato de experiência de um clube da Paraíba, filiado ao Comitê Brasileiro de Clubes (CBC), para captar recurso pela LIE e implantar esportes de alto rendimento. A coleta dos dados foi realizada no período de janeiro a maio de 2022. O clube possui 2 processos de LIE para desporto de rendimento e obteve a adesão de 12,5% das empresas contactadas, com um montante resultante de 14,4% do valor. O principal motivo identificado para a baixa adesão foi falta de interesse na parceria. Por esse motivo, o recurso foi utilizado para priorizar um único esporte - o Wrestling. No Quadro Geral de Medalhas do CBC, dos 178 filiados, o clube já se posiciona na 12  colocação, o que evidencia o êxito da estratégia da diretoria.

Palavra-chave: Financiamento no esporte; Marketing esportivo; Patrocínio esportivo; Formação de atletas.

Abstract

A significant challenge for clubs to develop high-performance sports is raising financial resources, either from their own sources and/or in the market. In this context, the Sports Incentive Law (LIE) emerges as an alternative. This paper presents an experience report of a club in Paraíba, affiliated to the Brazilian Committee of Clubs (CBC), to raise funds through LIE and implement high-performance sports. Data collection was carried out from January to May 2022. The club has 2 LIE processes for high-performance sports and obtained the adhesion of 12.5% of the contacted companies, with a resulting amount of 14.4% of the value. The main reason identified for low adherence was lack of interest in the partnership. For this reason, the resource was used to prioritize a single sport - Wrestling. In the General Table of Medals of the CBC, of the 178 members, the club is already positioned in 12th place, which demonstrates the success of the board's strategy.

Keyword: Financing in sport; Sports marketing; Sports sponsorship; Training of athletes.

Resumen

Un desafío importante para los clubes para desarrollar deportes de alto rendimiento es la obtención de recursos financieros, ya sea de sus propias fuentes y/o en el mercado. En este contexto, surge como alternativa la Ley de Incentivos al Deporte (LIE). Este artículo presenta un relato de experiencia de un club de Paraíba, afiliado al Comit  Brasileño de Clubes (CBC), para recaudar fondos a través de LIE e implementar deportes de alto rendimiento. La recolección de datos se llevó a cabo de enero a mayo de 2022. El club cuenta con 2 procesos LIE para alto rendimiento deportivo y obtuvo la adhesión del 12,5% de las empresas contactadas, con un monto resultante del 14,4% del valor. La principal razón identificada para la baja adherencia fue la falta de interés en la asociación. Por esta razón, se utilizó el recurso para priorizar un solo deporte: la Lucha Libre. En el Cuadro General de Medallas del CBC, de los 178 integrantes, el club ya se encuentra posicionado en el puesto 12, lo que demuestra el acierto de la estrategia de la directiva.



Palabras clave: Financiamiento en el deporte; marketing deportivo; Patrocinio deportivo; Formación de deportistas.

INTRODUÇÃO

O esporte sempre esteve presente na formação social de um país, concomitantemente com a saúde, educação e segurança, podemos considerá-los um pilar, que forma a sustentação de uma sociedade equilibrada. Além disso, se considerarmos diversos fatores econômicos, especialmente no Brasil, o esporte tem ainda mais importância, pois age como uma ferramenta de ascensão financeira e possui uma função essencial de evitar que jovens de camadas mais vulneráveis entrem na vida do crime.

É importante destacar ainda que a prática de atividades físicas são benéficas para o desenvolvimento do ser humano, seja no aspecto médico em que uma pessoa que pratica com constância é capaz de prevenir doenças como obesidade e hipertensão (KHAN et al., 2002), ou no prisma psicológico por liberar endorfina - hormônio analgésico que dá sensação de bem-estar - e ao entrar em contato com outras pessoas, isso possibilita uma interação social que ajuda no combate a doenças neurológicas (JEWETT, et al., 2014). Portanto, o panorama é completamente positivo que o esporte seja uma pauta prioritária em qualquer governo.

Entretanto, sabe-se que no caso do Brasil infelizmente não há dinheiro suficiente para cobrir todas as camadas necessárias e, diante disso, existem lacunas e um investimento muito aquém do exigido. Contudo, existem outras formas de alcançar essa quantia e já há mecanismos para isso, como a Lei de Incentivo ao Esporte (LIE), que com melhorias e adaptações poderá mudar o cenário esportivo/social do país. Indubitavelmente, a Lei de Incentivo ao Esporte é o programa com o objetivo de desenvolver o esporte que mais possibilita a colaboração de entes públicos e privados para melhoria da qualidade de vida da população.

Com a Constituição de 1988, foram implementadas diversas ações relacionadas às políticas de esporte no Brasil, com o objetivo de fomentar práticas desportivas. Atualmente, os principais clubes brasileiros que estão filiados ao Comitê Brasileiro de Clubes (CBC), entidade fundada em 1990, que desenvolve o maior programa de incentivo para competições de esportes olímpicos e paralímpicos, são efetivamente as entidades responsáveis pela formação dos principais atletas de base para as futuras olimpíadas e paralimpíadas do Brasil.

Nestes mais de 30 anos, diversas leis do esporte foram promulgadas, sendo que a maior conquista da história do segmento clubístico, se deu por meio da alteração da Lei nº 9.615/1998, ocorrida em 2011 (Lei nº 12.395/2011), que inseriu o CBC no Sistema Nacional do Desporto – SND, com seu subsistema próprio, ao lado do Comitê Olímpico do Brasil - COB e do Comitê Paralímpico Brasileiro - CPB, tornando-se beneficiário do rateio da verba arrecadada nos concursos de prognósticos federais com destino único e exclusivo para formação de atletas. Para um clube se integrar ao CBC, a principal dificuldade consiste em obter todas as certidões negativas junto aos órgãos fiscalizadores e depois conseguir o aval dos sócios para reconhecerem o impacto positivo de ser membro do CBC.

Diante do exposto, este trabalho tem o objetivo de apresentar a captação de recursos, usando projetos aprovados pela LIE, de um clube social, localizado no interior da Paraíba, que se filiou junto ao Comitê Brasileiro de Clubes (CBC), em dezembro de 2019, para implantar modalidades de alto rendimento nas equipes de base, em diversas modalidades, visando participar dos Campeonatos Brasileiros Interclubes (CBI's), patrocinados pela CBC, com o foco de formação de atletas para os ciclos olímpicos e paralímpicos. Como objetivos específicos foi possível analisar as modalidades e campeonatos CBI's apoiados pelo CBC no ciclo I (2021/2022) e também verificar o desempenho do clube, nas competições que participou dos CBI's/CBC neste ciclo.

REFERENCIAL TEÓRICO

Na tratativa do referencial teórico neste trabalho, será observado, inicialmente, o modelo de entidades de prática desportiva (EPD), na sequência, questões sobre a lei de incentivo ao esporte (LIE) e finalizando aspectos sobre planejamento estratégico para gestão de esportes (PEGE). Os aspectos metodológicos focarão no estudo de caso realizado, para que, por fim, sejam observados os resultados e quais as conclusões sobre a pesquisa.

Entidades de Prática Desportiva (EPD)

As Entidades de Prática Desportiva (EPD), mas conhecidas no Brasil como Clube Esportivo, são entidades geralmente sem fins lucrativos, que se organizaram no país há mais de 200 anos, na sua estrutura dirigidas por uma administração mista, meio voluntária (leiga) e meio profissional, ainda se mantêm como o berço do esporte brasileiro (HATZIDAKIS & BARROS, 2019).

A definição de clubes esportivos tem sido objeto de estudo de diversos autores, como Battaglia (2003), Libardi (2004), Cueva (2011) e Wicker et al. (2014). Entretanto, os clubes desportivos ainda não foram analisados de forma sistemática. As classificações de clubes fazem parte da visão do momento da publicação de um determinado trabalho, ou seja, não foram apresentadas como uma tipologia oficial, mas como uma separação entre tipos de clubes para justificar os seus trabalhos em gestão do esporte.

Este modelo de entidades, mesmo sendo privada, é uma das principais fomentadoras e difusoras do esporte no cenário nacional, porém não é obrigatoriamente financiada pelo governo (GALATTI, 2010). Além do atendimento aos seus associados, as associações desportivas possuem um papel de extrema importância ao desenvolvimento do esporte nacional de alto rendimento e na formação de atletas olímpicos, isto devido à qualidade estrutural das associações desportivas (SILVA, 2010).

As práticas esportivas no universo do alto rendimento têm refletido o profundo processo de reorganização do tempo e do espaço que a modernidade tem apresentado. A busca pela expansão do capital é um ponto comum dessas explicações teóricas, da qual o fenômeno esportivo não escapa. A tendência crescente do esporte de rendimento à racionalização, à “espetacularização” e à “mercantilização” é um fato (COSTA, 2007). Os clubes esportivos são obrigatoriamente impulsionados a desenvolverem e investirem na implantação de modalidades de alto rendimento, visando ampliar as possibilidades de captação de recursos para as melhorias das suas instalações e fidelização de associados.

Considerando o aspecto de gestão de clubes esportivos, esses, por questões estatutárias, se configuram da existência de um Presidente, eleito pelos associados ou por meio do Conselho Deliberativo. Este Presidente eleito passa a ser o responsável e ter poderes políticos para administrar o patrimônio dos demais associados. A gestão de um clube sem profissionalismo pode se tornar uma tarefa árdua, já que juntamente com esse presidente são nomeados diversos diretores para auxiliarem neste processo, muitos deles com a oportunidade ou voluntarismo (AZEVEDO & SPESSOTO, 2009). Aspectos de planejamento e gestão esportiva, será mostrado no item 2.3.

Lei de Incentivo ao Esporte (LIE)

As Leis prescrevem o curso da ação que será dado para a implementação das políticas públicas, pois são nelas que estão resumidas as instruções aos administradores públicos e membros da sociedade, os quais na condição de envolvidos, devem agir em prol à realização dos objetivos estabelecidos no desenvolvimento das políticas públicas idealizadas perante o problema identificado (SALINAS, 2012).

Bueno (2008) afirma que o envolvimento de governos no meio esportivo segue um padrão específico em cada país, pode se perceber aspectos uniformes, sendo o mais claro, o uso do esporte quase que exclusivamente como instrumento para outros objetivos, como aumento de apoio governamental. Destaca-se que, uma vez reconhecida a importância e interesse da sociedade no esporte e lazer, por se tratar de atividade necessária, resguardada pela Constituição Federal, o Estado deve ampliar o acesso da participação popular.



Segundo Matias et al (2015) os megaeventos, o princípio do direito ao esporte e o interesse do Estado unificou os laços do Governo Federal e das entidades desportivas, no que tange a questão do financiamento, foi observado então o aumento dos repasses do governo e crescimento das verbas de patrocínio de empresas estatais (MATIAS, 2013).

Entre essas ações, destaca-se a criação da Lei 11.438/2006 (Lei de Incentivo ao Esporte - LIE) e Decreto nº 6.180/07, que inspirou boa parte dos Estados da União a desenvolverem iniciativas relacionadas à isenção fiscal, com o intuito do fomento das atividades esportivas, assim como uma expectativa de desenvolvimento esportivo, através da participação de empresas para os projetos apresentados. Desta forma, Nascimento (2013) traz que a aplicação de incentivos fiscais como forma de efetuação de políticas públicas, atrai o interesse das empresas privadas em prol do interesse público. É comum, no caso brasileiro, utilização de incentivos fiscais para desenvolvimento de atividades desportivas. A LIE estabelece que possa ser deduzido do imposto de renda devido, repassando até 6% deste, para patrocínio (com finalidade promocional e institucional de publicidade) ou doação (sem contrapartida de qualquer fim), para o apoio direto a projetos desportivos e paradesportivos, previamente aprovados pelo Ministério da Cidadania. Entretanto, os clubes brasileiros que estão filiados ao comitê brasileiro de clubes (CBC), se deparam com um grande desafio de captação de recursos usando a LIE (BRASIL, 2006). De acordo com Rezende (2012), no caso da LIE não há uma renúncia fiscal, pois o governo não está renunciando a arrecadação, apenas permite que o contribuinte direcione uma parcela do seu imposto de renda diretamente a um projeto de sua escolha, sendo assim, não há uma diminuição de carga tributária. O incentivo fiscal de dedução autoriza seu recolhimento de forma destacada, devendo o doador ou patrocinador, informar o Fisco, de acordo com regulamentação advinda do Decreto nº 6.180/07.

O processo para a aprovação de um projeto que esteja apto a angariar recursos via Lei de Incentivo ao Esporte, já se tem um considerável conhecimento para submissão e adequação no Brasil. Basicamente, consistem em seu cadastramento no órgão competente e a elaboração de um projeto com o objetivo de gerar um protocolo. Esse deve sofrer uma pré-análise pela comissão técnica e posteriormente um estudo de viabilidade financeira. Ao ultrapassar essas etapas, o projeto passa por uma vistoria mais criteriosa da comissão técnica onde poderá entregar três tipos de resultado: Aprovação total, parcial ou indeferimento. Sendo que os dois últimos podem realizar um pedido de reconsideração, enquanto o outro estará pronto para receber os benefícios da LIE (BRASIL, 2020). Assim, a utilização de projetos incentivados já é observada em algumas organizações esportivas no cenário atual, entretanto o desenvolvimento de planejamentos estratégicos com o uso da lei como ferramenta pode colaborar com o desenvolvimento das associações desportivas. Conforme a Figura 1, o projeto deve criar um elo de relação entre as organizações esportivas, o ministério do esporte e deve estar amparado por apoiadores financeiros para a captação dos recursos (REZENDE, 2012).

Figura 1. Mecânica do Incentivo ao Esporte



Fonte: Rezende (2012).

Planejamento estratégico para gestão de esportes (PEGE)

Independente do modelo que a organização possui, a mesma deve traçar um planejamento estratégico para que suas expectativas sejam atingidas. Consequentemente a estrutura de uma organização influencia e é influenciada pelo planejamento estratégico desenvolvido pela gestão (PIRES, 2003). Vários autores utilizam o termo “planejamento estratégico” para a construção de modelos teóricos de gestão (THIBAULT, SLACK e HININGS, 1994; BRAMWELL, 1997; MINTZBERG, 2004; CHIAVENATO e SAPIRO, 2004).

Segundo Yanaze (2011, p. 66) “O Planejamento pode ser definido como a primeira das funções administrativas de uma organização”. Para o autor, além de estabelecer os objetivos e as metas, o planejamento deve apresentar e implementar as estratégias para alcançá-los. Sendo que os objetivos, são as especificações dos resultados esperados e as metas, constituem-se na quantificação dos objetivos (YANAZE, 2011).

Segundo Thibes e Moretto (2011), no setor das organizações sem fins lucrativos, um dos maiores desafios diz respeito à falta de recursos para a concretização de suas missões. Para esses autores, a captação de recursos é algo indispensável na gestão destas organizações, sendo que estas dependem muito de recursos particulares para implantação, ou mesmo, manutenção de seus programas sociais, culturais ou ambientais.

No contexto esportivo, segundo Rocco Júnior (2012), o conceito de estratégia pode ser associado às diversas tentativas e modelos para tornar as entidades esportivas lucrativas. Por modelo de gestão estratégico pode-se entender um conjunto estabelecido de princípios e funções de uma organização que coordenam seus recursos na direção de seus objetivos estratégicos (ROCCO JÚNIOR, 2012).

De acordo com Vanucci (2009) que, de forma geral, a captação de recursos para entidades esportivas, as fontes de financiamentos podem ser classificadas e caracterizadas como mostra o Quadro 1.

Quadro 1. Fontes de financiamentos e tipos de recursos.

Fontes de Financiamentos		Tipos de Recursos
Captação de recursos do Setor Público	Recursos Governamentais (Nacionais e Internacionais)	Doações, subvenções, convênios, fundos específicos, transferências a fundo perdido, empréstimos subsidiados.
		Incentivos fiscais (Imposto de renda, ICMS, ISS, outros).
Captação de recursos do Setor Privado	Recursos de Pessoas Jurídicas (Nacionais e Internacionais)	Patrocínios, doações em espécie (produtos, bens), doação de serviços; apoio institucional (transferência de experiência, gestão, comunicação e marketing, entre outros); cedência de espaço físico/instalações e; atuação de seu quadro funcional como voluntário.
	Recursos Próprios	Contribuições de associados; transferências pela entidade mantenedora; receitas auferidas com a prestação de serviços ou venda de produtos; rendas com a locação de instalações ou equipamentos; venda de bens patrimoniais e; eventos organizados.
Captação de recursos de Pessoas Físicas	Recursos de Pessoas Físicas	Bens, dinheiro e voluntariado.

Fonte: Vanucci, (2009)



Em relação à Gestão do Esporte, Pires (2003) considera o planejamento estratégico como um processo de longo prazo que possui o objetivo de identificar um conjunto de ações e optar aquelas que serão estratégicas, que darão à determinada organização as melhores oportunidades de cumprir com os objetivos anteriormente definidos por uma gestão. Tanto o desenvolvimento de estruturas capazes de proporcionar eficiência como a realização de planejamentos estratégicos passam a ser primordiais para qualquer organização esportiva.

Um segmento no qual se verifica de forma mais evidente essa necessidade é o do alto rendimento esportivo, visto que, de acordo com UKSports (2006) e Houlihan e Green (2008), existe um aumento de concorrência global pelo sucesso em resultados esportivos em eventos internacionais.

Em termos do desenvolvimento esportivo de países, os fatores estruturais que levam ao sucesso esportivo internacional têm sido estudados por diferentes autores nas últimas décadas (DIGEL, 2002; HOULIHAN e GREEN, 2008, DE BOSCHER et al., 2006) no sentido de possibilitar comparações sobre aspectos do desenvolvimento esportivo (dos financeiros a aspectos técnicos), considerando-se as especificidades culturais de cada país. Portanto, a gestão profissional do esporte, evocada por estudiosos e pela mídia, é vista como uma expectativa crucial no sentido que esteja presente também nas organizações esportivas brasileiras responsáveis pelo desenvolvimento e gestão do esporte alto rendimento.

Na prática, a área esportiva de um clube geralmente não é dirigida diretamente por um profissional de gestão do esporte. Diretores esportivos, em grande parte dos casos, são associados, com formação em outras áreas. A necessidade da presença de um gestor profissional para atender a essa demanda de mercado de forma empreendedora torna-se mais forte. Alguém que fique as horas do dia para cumprir os objetivos e metas levantados pela Diretoria Executiva (LIBARDI, 2010). Sendo importante destacar que nos últimos anos, houve um aumento pelo reconhecimento e necessidade da área da gestão aplicada ao esporte, mas, infelizmente, os clubes ainda não estão devidamente estruturados na gestão e marketing esportivo (MAZZEI & BASTOS, 2012; MAZZEI & ROCCO JÚNIOR, 2017; ROCHA & BASTOS, 2011).

O planejamento estratégico, entre as entidades de esportes seguindo a hierarquia, é fundamental para o desenvolvimento das diversas modalidades, visando acelerar a aplicação de recursos limitados e tornando mais eficientes os investimentos para o crescimento esportivo no país, ainda mais com a limitação de recursos para captação de apoios e patrocínios de modalidades esportivas. Desta forma, as associações desportivas, como toda e qualquer organização devem possuir um planejamento estratégico sobre seu modelo administrativo, ou seja, planejar ações do clube, de seus associados, patrocinadores, concorrentes, entre outros (GALATTI, 2010). Com isso, provocar algumas alterações podem gerar alguns benefícios estratégicos nas associações desportivas (GOMES, 2001).

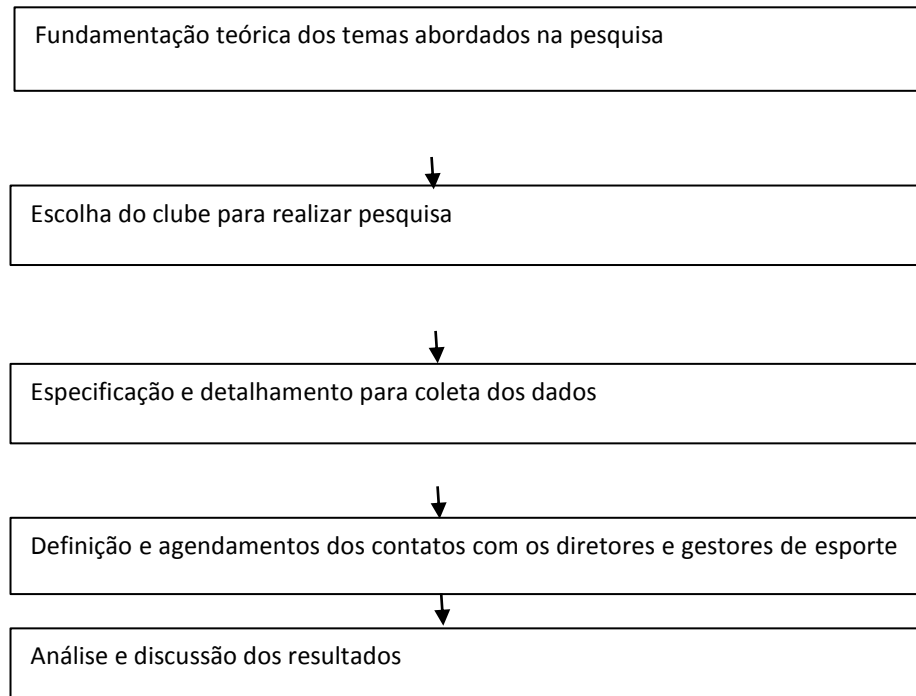
METODOLOGIA

Esta pesquisa é um estudo exploratório de metodologias de análise dos desafios de gestão de empreendimentos sociais no esporte. A metodologia usada foi pesquisa-ação, que consiste num método de pesquisa qualitativa, aplicada e participativa (FILIPPO, ROQUE, PEDROSA, 2018). A partir desse interesse, o presente estudo caracteriza-se como uma revisão sistemática de cunho qualitativo e analisará o planejamento estratégico de um clube filiado a CBC nas competições do ciclo 2021/2022, dos campeonatos brasileiros interclubes (CBI/CBC).

Clube onde foi realizada a pesquisa é o Clube Campestre, fundado em 23 de março de 1959, com sede e foro na Avenida Elpídio de Almeida, 2350, bairro do Catolé, na cidade de Campina Grande, Estado da Paraíba. É uma associação civil sem fins lucrativos, com personalidade jurídica e patrimônio próprio, distintos de seus sócios e se rege pelas normas deste Estatuto e pelas leis do País, tendo por finalidade proporcionar aos seus associados, reuniões de caráter social, cultural, educativo, artístico, esportivo e recreativo, onde atualmente possui aproximadamente 6.000 sócios. (CLUBE CAMPESTRE, 2022).

Do ponto de vista dos objetivos a pesquisa exploratória foi realizada com: preparação e escolha do local de pesquisa; especificações dos pontos críticos e das questões que serão levantadas; contato com o clube e com os sujeitos envolvidos e finalmente, seleção das fontes que servirão para coleta de dados, conforme fluxograma da Figura 2.

Figura 2. Fluxograma da metodologia da pesquisa.



Fonte: Própria (2022).

A coleta de dados foi realizada a partir de dados existentes na diretoria do Clube Campestre, com aprofundamento, quando necessário, por meio de estudos de caso. O levantamento dos dados foi obtido no período de janeiro a maio de 2022, através de consultas, entrevistas e reuniões com os membros da gerência de esporte, técnicos das modalidades e redes sociais do clube campestre e da CBC.

Os registros sobre os contatos formais do clube na busca da captação de apoio ou patrocínio usando a LIE, foram verificados os pleitos formais realizados pela diretoria do Clube Campestre. Os dados do planejamento de esporte do clube, foram coletados junto a gerência de esporte, com anuência da diretoria e também através dos informativos e redes sociais do clube. Os dados do quadro geral de medalhas foram obtidos diretamente no site do Comitê Brasileiro de Clubes (CBC, 2022).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados desta pesquisa serão apresentados em duas etapas conforme objetivo do trabalho, sendo a primeira sobre a captação de recursos usando o benefício da LIE e a outra a estratégia da gestão da diretoria do clube para desenvolver os esportes de alto rendimento.

Captação de recursos usando o benefício da LIE

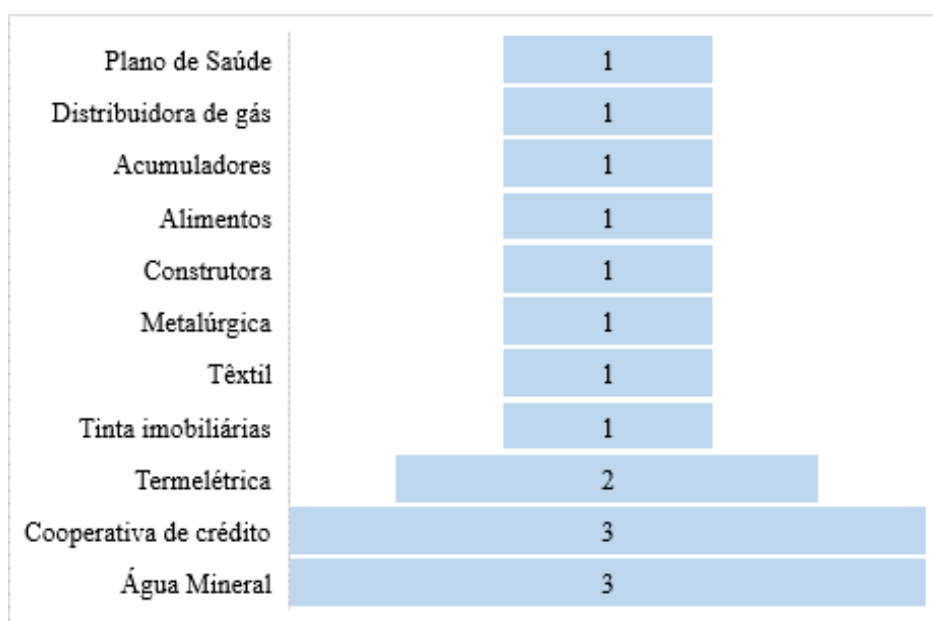
O clube possui dois processos captação de recursos pela LIE, conforme a deliberação nº 1.391 de 22 de setembro de 2020, na Secretaria executiva do Ministério da Cidadania, publicado no Diário Oficial da União – DOU, em 23/09/2020, Seção:1, Página: 18, ambos com manifestação desportiva: Desporto de rendimento e período de captação de 23/09/2020 até 16/09/2023. (BRASIL, 2020), que são: Processo



71000.043501/2020-81, título: Campestre Brasil Esportes, autorizado para captação R\$ 662.286,65 e Processo 71000.043525/2020-30, título: Futsal Campestre, autorizado para captação R\$ 310.131,36, totalizando R\$ 972.418,01.

Diante das tratativas com 16 empresas de grande porte do estado da Paraíba, distribuídas conforme Figura 3, desde a autorização dos processos pela captação usando a LIE pelo clube (setembro de 2020), a taxa de sucesso foi efetivamente de duas empresas (12,5% dos contatos).

Figura 3. Distribuição das empresas, por tipo de atividade, que foram formalmente contactadas pela diretoria do clube.

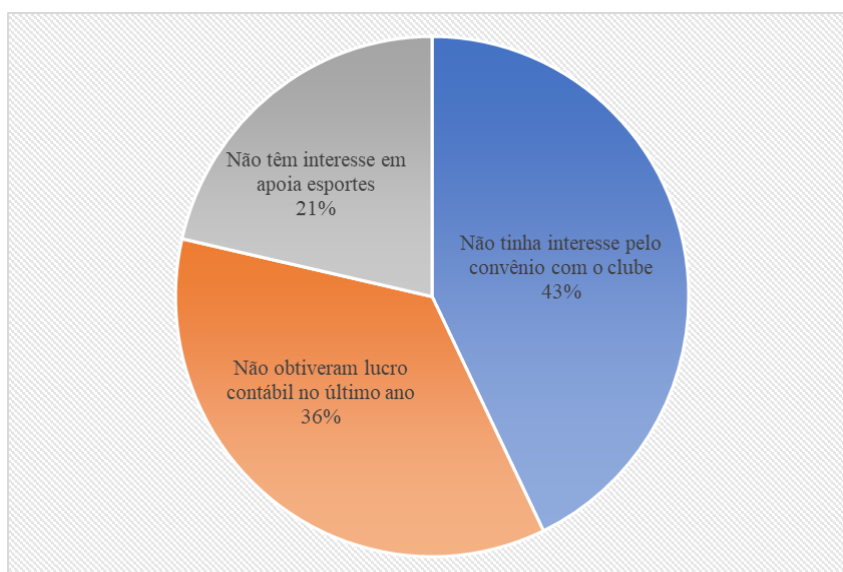


Fonte: própria (2022).

A captação do recurso no período de janeiro a maio de 2022 usando o benefício dos 2 processos de LIE do clube, foi num montante R\$ 140.000,00, apenas 14,4% do total autorizado, oriundos da empresa de plano de saúde, que fez a doação de R\$ 35.000,00 e uma cooperativa de crédito fez o patrocínio de R\$ 105.000,00, respectivamente, 25% e 75% da captação.

Foram identificados três motivos apresentados pelas 14 empresas para não aderir à parceria, seja via patrocínio ou doação pela LIE: falta de interesse pelo convênio (6 empresas), seguido pela justificativa de não ter auferido lucro contábil (5 empresas) e, finalmente, não ter interesse em apoiar o esporte (3 empresas), conforme Figura 4.

Figura 4 – Principais motivos para não adesão das empresas contactadas para o convênio com o clube usando o benefício da LIE, no período de janeiro a maio de 2022.



Fonte: Própria (2022).

É importante destacar, que numa visão ampla, todas as empresas de grande porte contactadas não tiveram motivação ou detalhamento suficientes para que pudessem aderir ao pleito e benefício da LIE, onde 6 empresas (43%) afirmaram que não tinha interesse em firmar convênio com o clube, para usar o benefício da LIE.

Outro aspecto que merece destaque, foi o fato de que todas as empresas de grande porte contactadas são reconhecidamente contribuintes de imposto de renda na contabilidade de lucro real, mas não tiveram motivação ou detalhamento suficientes para que pudessem aderir ao pleito e benefício da LIE, ressaltando que 5 empresas (36%) justificaram a falta de lucro contábil, consequentemente, não teriam o benefício dos processos de LIE do clube.

A falta de motivação para efetivar o convênio usando o benefício da LIE (3 empresas – 21% da amostragem), que mais surpreendeu, foi a resposta pela falta de interesse em apoiar o esporte, demonstrando total descompromisso e pouco conhecimento sobre a importância do esporte para sociedade.

Para ampliar a visão sobre o tema, cabe aos gestores dos clubes, por parte de seu departamento de marketing do esporte, mapear estratégias eficazes em relação ao patrocínio e seu público para que comportamentos favoráveis de adesão ao incentivo usando a LIE, sejam cada vez mais incidentes nesta relação mercadológica, fortalecendo o vínculo entre a atividade patrocinada e o patrocinador. Como a captação dos recursos ainda ocorrerá até setembro/2023, poderá ser adotadas ações de marketing para que seja efetivamente conquistadas novas adesões aos projetos do clube.

Este resultado indica que o maior desafio do clube não é ter aprovado o projeto de LIE e sim, realizar plenamente a captação dos recursos, junto as empresas, necessitando de estratégias clara de mobilização, marketing e efetiva adesão das empresas locais, que possam fechar tais convênios com o clube, através do envolvimento e clareza de entendimento dos impactos positivos que este tipo de marketing institucional proporciona para ambas as partes, clube e empresas.

Estratégia da gestão da diretoria do clube para desenvolver os esportes de alto rendimento.

A diretoria deste clube adotou a estratégia de buscar resultados em esporte de alto rendimento, para agregar valor ao clube, fidelização dos associados e captação de recursos financeiros. A atual diretoria, eleita em 2018 e reeleita em 2021, com mandato até 2024, desenvolveu um planejamento para buscar resultados



significativos nos esportes de alto rendimento, onde estrategicamente se filiou ao CBC, em 03/12/2019, exatamente 3 meses antes do decreto da pandemia no Brasil, fator limitante para estruturação das equipes e escolha das modalidades para efetivamente participar com competitividade nos resultados.

Diante das dificuldades na captação de recursos para patrocínio ou apoio no desenvolvimento de esporte de alto rendimento, inclusive tendo ainda uma baixa adesão de empresas para usar o benefício da LIE que o clube já possui autorizado junto ao governo federal, conforme descrito no item 3.1, a diretoria do Clube Campestre buscou a viabilização de uma parceria com um único esporte, que proporcionasse melhores resultados no ranking da CBC.

CBC divulga o quadro geral de medalhas com as considerações e critérios de:

O Quadro Geral de Medalhas - QGM do CBC é a consequência final do somatório do ranqueamento de Clubes por Esporte e por Gênero. Sua lógica vem do quadro de medalhas dos Jogos Olímpicos, onde as referências são as medalhas de ouro, prata e bronze. Portanto, a cada Campeonato Brasileiro Interclubes - CBI que o Clube conquistar a primeira, segunda ou terceira colocação, dividido por gêneros masculino e feminino, mais medalhas de ouro ele terá, e assim, sucessivamente, com a prata e o bronze. O Quadro Geral de Medalhas - QGM retrata as medalhas conquistadas pelos Clubes nos CBI, por Esporte e Por Gênero, até o dia 30/04/2022, referentes ao Ano I do Ciclo. (CBC, 2022).

Como planejamento estratégico para implantação e filiação do Clube junto ao CBC, a diretoria do clube adotou a estratégia de priorizar um esporte e dedicar toda atenção para obter melhor resultado, tendo sido firmado um convênio junto a confederação brasileira de Wrestling (CBW), inclusive sediando um CBI no próprio clube e firmando parceria para ser a sede de treinamento da seleção brasileira desta modalidade, durante o ciclo 2021-2024.

A luta olímpica, ou *olympic wrestling*, é disputada desde o ano 704 a.C. nos Jogos Olímpicos da Antiguidade e ao lado da maratona possui o posto de esporte mais antigo da humanidade (CBW, 2022). A luta olímpica atualmente é dividida em três estilos: greco-romano, livre masculino e luta feminina. Ainda tem sido praticado o estilo não olímpico, a luta de praia (*beach wrestling*), que é a versão para as areias da luta olímpica tradicional. A disputa acontece em um círculo delimitado na areia onde o objetivo é derrubar o adversário ou retirá-lo para fora da área de lutas durante um único round de dois minutos (CBW, 2022).

Conforme o CBW (2022), a luta olímpica tem as diferenças básicas em:

Estilo greco-romano: No estilo greco-romano, os atletas só podem utilizar tronco e braços para defender e atacar. Se um dos adversários conseguir abrir uma margem de 8 pontos durante a luta ele é considerado vencedor por superioridade técnica. As categorias olímpicas são até 60kg, até 67kg, até 77kg, até 87kg, até 97kg e até 130kg. Já as não olímpicas são: até 55kg, até 63kg, até 72kg, até 82kg. Estilo livre: No estilo livre masculino é permitido o uso das pernas para defender e atacar. Se um dos atletas conseguir abrir vantagem de 10 pontos, ele será declarado vencedor por superioridade técnica. As categorias olímpicas são 57Kg, 65Kg, 74Kg, 86kg, 97Kg e 125Kg. As categorias não olímpicas são 61kg, até 70kg, até 79kg, até 92kg. Wrestling feminino: A luta feminina é equivalente ao estilo livre masculino. Logo, o uso das pernas para defender e atacar é permitido. É proibido fazer pegadas no cabelo e na altura dos seios. É o único estilo disputado por mulheres e entrou no cronograma olímpico na edição de 2004, em Atenas. As categorias olímpicas são até 50kg, até 53kg, até 57kg, até 62kg, até 68kg e até 76kg. As categorias não olímpicas são até 55kg, até 59kg, até 65kg, até 72kg. (CBW, 2022).

A principal diferença entre os estilos do wrestling é a limitação de área corporal para execução das técnicas de combate, pois no greco-romano é vetado o uso das pernas para aplicar golpes enquanto no estilo livre o uso é permitido. A luta olímpica feminina é disputada somente no estilo livre (MORAES et al., 2016).

No Ciclo I dos CBI's/CBC, período janeiro de 2021 a abril de 2022, foram realizadas 35 competições nas 23 modalidades, para ambos os naipes e diferentes categorias de base, tanto olímpicas e paralímpicas, sob responsabilidade de 25 entidades promotora das competições, devido ao basquete ter 3 diferentes entidades responsáveis pelos CBI's desta modalidade, conforme Quadro 2.

No Quadro Geral de Medalhas do CBC, atualizado em 30/04/22, o clube já se posiciona na 12ª colocação, dentre os 178 filiados ao CBC, obtendo 1 medalha de ouro e outra de prata no Wrestling, com 14 participações em CBI, sendo que participou em apenas 3 modalidades, referente ao ciclo I, tendo participado dos seguintes CBI's: basquete Masculino sub 16, basquete feminino sub 23, voleibol feminino superliga C e Wrestling sub 17.

Importante lembrar que de acordo com os critérios divulgados anteriormente, os resultados apresentados consideram apenas os CBI's dos esportes que puderam ser realizados durante a pandemia, e, portanto, não abrangem a totalidade dos esportes que os clubes desenvolvem. Com a retomada dos CBI em sua plenitude no calendário 2022/2023, o QGM do Ano II, com os resultados até 30/04/2023, contemplará todos os esportes. (CBC, 2022).

Quadro 2. Modalidades que tiveram campeonatos interclubes brasileiros (CBI's), com apoio do CBC, no ciclo I (janeiro de 2021 até abril de 2022), promovido pelas respectivas entidades responsáveis por cada modalidade esportiva olímpica e paralímpica.

Item	Modalidade	Entidade responsável e promotora da competição
1	Águas abertas	Confederação brasileira de desporto aquático - CBDA
2	Atletismo	Confederação brasileira de atletismo – CBAT
3	Badminton	Confederação brasileira de badminton – CBBd
4	Basquete 3 x 3	Confederação brasileira de basquete – CBB
5	Basquete	Confederação brasileira de basquete - CBB
6	Canoagem de velocidade	Confederação brasileira de canoagem – CBB
7	Esgrima	Confederação brasileira de esgrima – CBE
8	Ginástica rítmica	Confederação brasileira de ginástica – CBG
9	Ginástica artística	Confederação brasileira de ginástica – CBG
10	Handebol	Confederação brasileira de handebol – CBHb
11	Judô	Confederação brasileira de judô – CBJ
12	Nado artístico	Confederação brasileira de desporto aquático - CBDA
13	Natação	Confederação brasileira de desporto aquático - CBDA
14	Polo aquático	Liga brasileira de polo aquático – PAB
15	Remo	Confederação brasileira de remo – CBR
16	Tênis	Confederação brasileira de tênis – CBT
17	Tênis de Mesa	Confederação brasileira de tênis de mesa- CBTM
18	Tiro com arco	Confederação brasileira de tiro com arco - CBTARCO



19	Tiro esportivo	Confederação brasileira de tiro esportivo – CBTE
20	Vela	Confederação brasileira de vela – CBVela
21	Vôlei de praia	Confederação brasileira de voleibol – CBV
22	Voleibol	Confederação brasileira de voleibol – CBV
23	Wrestling	Confederação brasileira de Wrestling – CBW

Fonte: CBC (2022). Adaptado pelo autor.

Implicações teóricas e práticas

Este trabalho evidencia a significativa dificuldade de mobilização e sensibilização para captação de recursos nos esportes olímpicos e paralímpicos pelos clubes brasileiros, via Lei de Incentivo aos Esportes (LIE), pois estes necessitam de melhores sistemas de gestão e estratégias para conseguir efetivamente terem apoios financeiros juntos as empresas, e não simplesmente ter aprovado o projeto de LIE no governo.

Conforme resultados desta pesquisa o respectivo clube em estudo, usando o benefício dos dois processos de LIE, ambos com manifestação desportiva, captou apenas 14,4%, do total autorizado de R\$ 972.418,01, até o momento, tendo sido contactadas 16 empresas de grande porte, sendo firmado convênio com duas, o que representou 12,5% das empresas contactadas.

Com esses dados, pode-se refletir sobre o impacto e a mobilização para captação de recursos do esporte no Brasil, via LIE, pois os clubes necessitam de melhores sistemas de gestão e estratégias para conseguir efetivamente fazer a captação dos recursos juntos as empresas, e não simplesmente ter aprovado o projeto de LIE no governo.

Para ampliar a visão sobre o tema, cabe aos gestores dos clubes, por parte de seu departamento de marketing do esporte, mapear estratégias eficazes em relação ao patrocínio e seu público para que comportamentos favoráveis de adesão ao incentivo usando a LIE, sejam cada vez mais incidentes nesta relação mercadológica, fortalecendo o vínculo entre a atividade patrocinada e o patrocinador. Como a captação dos recursos ainda ocorrerá até setembro/2023, poderá ser adotadas ações de marketing para que seja efetivamente conquistadas novas adesões aos projetos do clube.

CONCLUSÃO

Concluiu-se que o planejamento estratégico para esporte de alto rendimento, ocorreu a partir da estruturação organizacional do esporte como negócio e visando objetivamente alcançar pódios nas competições que o clube optou em participar, sendo importante, reduzir as modalidades e fazendo uma parceria efetiva com um dos esportes, no caso, convênio com a Confederação Brasileira de Wrestling (CBW), que são apoiados nos Campeonatos Brasileiros Interclubes (CBI's), realizados pelo Comitê Brasileiros de Clubes (CBC. No Quadro Geral de Medalhas do CBC, atualizado em 30/04/22, dos 178 filiados, o clube já se posiciona na 12ª colocação. Diante deste desempenho, torna-se evidente o êxito da estratégia da diretoria.

Para se aprofundar a compreensão do papel dos recursos provenientes de fontes indiretas, viabilizadas pela Lei de Incentivo para o desenvolvimento de projetos de Esporte em clubes, sugere-se a continuidade do estudo do tema, analisando-se outras variáveis como o tipo de proponente, a quantidade de pessoas beneficiadas, de incentivadores e em termos das modalidades esportivas atendidas.

Outra abordagem que poderia contribuir para a compreensão para o desenvolvimento do Esporte, tais como estudos realizados em relação a LIE nos clubes, quanto de percepção e envolvimento dos sócios, para as atividades esportivas de alto rendimento; análise dos recursos extraorçamentários e indiretos para o fomento das políticas públicas pode ser aplicado no planejamento, direcionamento e priorização das ações voltadas ao desenvolvimento do esporte no clube. Outra aplicação desse conhecimento que se apresenta é

que ele seja balizador do aprimoramento do instrumento legal, proporcionado diretrizes para um maior incentivo tanto no que se refere aos projetos como aos patrocinadores potenciais.

É importante destacar que relatos de experiências sobre atuações dos clubes esportivos são fundamentais para nortear políticas públicas do esporte, subsidiando futuros projetos, ações estruturantes, planejamento e implementação de possibilidades que possam efetivamente facilitar a gestão e marketing esportivo, investimentos de apoios em forma de patrocínio ou doações, visando o pleno desenvolvimento do esporte como agente de promoção e melhoria da qualidade de vida e saúde da população.

Finalmente, torna-se evidente que a adoção de métricas e indicadores de qualidade, para acompanhamento e monitoramento constante da capacidade de captação dos projetos autorizados pela Lei de Incentivo ao Esporte (LIE), é de fundamental importância como ferramenta de contribuição estratégica, para alinhar parcerias entre os clubes beneficiados com o incentivo do governo e empresas, com potencial para realizarem esta importante parceria com fator de sucesso, de ganhos recíprocos.

AGRADECIMENTO

À diretoria do Clube Campestre, Campina Grande/PB pela disponibilização de dados e informações, que foram de grande utilidade para a elaboração deste trabalho científico.

REFERÊNCIAS

- Azevedo, P. H. (2010). Políticas Públicas de Esporte e Lazer & Políticas Públicas Educacionais. *Revista Brasileira Ciência do Esporte*, v.32, p. 127-142.
- Azevêdo, P. H. Spessoto, R. E. N. (2009). Caracterização do perfil retrospectivo do dirigente esportivo de clube de futebol profissional da primeira divisão, entre os anos 2003 e 2007. *Revista Portuguesa Ciências do Desporto*.
- Battaglia, A. F. A. (2003). *Administração de Clubes: uma perspectiva inovadora no mercado profissional*. São Paulo: Editora Arte & Ciência.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 02 de mai. 2022.
- _____. Lei nº 11.438, de 29 de dezembro de 2006. Dispõe sobre incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 29 dez. 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111438.htm>. Acesso em: 20 mai. 2022.
- _____. Decreto nº 6.180, de 3 de agosto de 2007. Regulamenta a Lei no 11.438, de 29 de dezembro de 2006, que trata dos incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6180.htm. Acesso em: 20 mai. 2022.
- _____. Portaria nº 123 de 27 de janeiro de 2020. Ministério da Cidadania/Gabinete do Ministro. Dispõe sobre o cadastramento, a admissibilidade e a tramitação dos projetos desportivos ou paradesportivos, bem como a captação, o acompanhamento e o monitoramento da execução e da prestação de contas dos projetos devidamente aprovados, de que tratam a Lei nº 11.438, de 29 de dezembro de 2006, e o Decreto nº 6.180, de 3 de agosto de 2007, no âmbito do Ministério do Cidadania. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo*, Brasília, DF, 28 jan.20. Publicado em: 28/01/2020 | Edição: 19 | Seção: 1 | Página: 10. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-123-de-27-de-janeiro-de-2020-240091884>>. Acesso em: 03 mai. 2022.
- _____. Deliberação nº 1.391 de 22 de setembro de 2020. Secretaria executiva. Ministério da Cidadania. Dá publicidade aos projetos desportivos, relacionados no anexo I, aprovados nas reuniões ordinárias realizadas em 12/08/2020 e 16/09/2020. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo*, Brasília, DF, 23 set.20. Publicado em: 23/09/2020 | Seção:1 | Página: 18. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/318215052/dou-secao-1-23-09-2020-pg-18>>. Acesso em: 01 mai. 2022.



- Bueno, L. (2008). Políticas Públicas do esporte no Brasil: razões para o predomínio do alto rendimento. 200f. Tese (Doutorado) – Escola de Administração de Empresas FGV.
- Bramwell, B. (1997). Strategic planning before and after a mega-event. *Tourism Management*, 18(3), 167-176.
- Chiavenato, I.; Sapiro, A. (2004). Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Clube Campestre de Campina Grande. Institucional e nossa história. Disponível em <<https://www.clubecampestrecg.com.br/institucional/nossa-historia/>>. Acesso em 12 de mai. 2022.
- Comitê Brasileiro de Clubes (CBC). Quadro Geral de Medalhas – QGM 2021-2022 Ano I. Disponível em: <<https://www.cbclubes.org.br/quadro-geral-medalhas>>. Acesso em 30 de mai. 2022.
- Confederação Brasileira de Wrestling. História da Luta Olímpica. 2016. Disponível em: <<http://cbw.org.br/modalidades/historia-da-luta-olimpica>>. Acesso em 10 de mai. 2022.
- Costa, M. M. (2007). Esporte de alto rendimento: produção social da modernidade – o caso do vôlei de praia. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 22, n. 1, p. 35-69, jan./abr.
- Cueva, V. V. (2011). Clubes Privados: Concepto Operación y Gobierno. Bloomington, IN, USA: Palibrio.
- De Bosscher, V.; De Knop, P.; Van Bottenburg, M.; Shibli, S. (2006). A conceptual framework for analysing Sports Policy Factors. Leading to international sporting success. *European Sport Management Quarterly*, 6(2), 185-215.
- Digel, H. A. (2002). Comparison of competitive sport systems. *New Studies in Athletics*; v.17, n.1, p. 37-50.
- Fillipo, D.; Roque, G.; Pedrosa, S. (2018). Pesquisa-ação: possibilidades para a Informática Educativa. Metodologia de Pesquisa Científica em Informática na Educação: Abordagem Qualitativa de Pesquisa. Porto Alegre: SBC, p. 29.
- Galatti, L. R. (2010). Esporte e Clube Sócio-esportivo: percurso, contextos e perspectivas a partir de estudo de caso em clube esportivo espanhol.
- Gomes, M. Á. F. (2001). Estratégia de desenvolvimento do associativismo desportivo: Uma Proposta para a quantificação do índice de satisfação dos praticantes.
- Hatzidakis, G. S. & Barros, J. A. F. G. (2019). Gestão, compliance e marketing no esporte. Editora Malorgio Studio. CREF4/SP. São Paulo-SP.
- Houlihan, B.; Green, M. (eds). (2008). Comparative Elite Sport Development: Systems, Structures and Public Policy. Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Jewett, R. et al. (2014). School Sport Participation During Adolescence and Mental Health in Early Adulthood. *Journal of Adolescent Health*, [S. l.], 10 jun. 2014. V. 55, Issue 5, p. 640-644, November 01.
- Khan, K. M. et al. (2012). Sport and exercise as contributors to the health of nations. *The Lancet*, [S. l.], 7 jul. 2002. V.380, Issue 9836, p 59-64, July 07.
- Libardi, R. A. (2004). Administração Esportiva de Clubes. Apostila do Curso Organização e Funcionamento de Áreas Esportivas Universidade SINDI-CLUBE, São Paulo.
- Libardi, R. A. (2010). Administração de Clubes no Brasil: uma visão inovadora para o mercado de Clubes. In SILVA, Marcos Ruiz (org.); Temas para a Administração de Clubes Sócio recreativos. São Paulo: Factash.
- Matias, W. B. (2013). O enigma olímpico: o controvertido percurso da agenda e políticas esportivas no Governo Lula. 199 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília.
- Matias, W. B.; Athayde, P. F.; Húngaro, E. M.; Mascarenhas, F. (2015). A lei de incentivo fiscal e o (não) direito ao esporte no Brasil. *Revista Movimento Escola de Educação Física da UFRGS*. Porto Alegre, v. 21, n. 1, p. 95-110.
- Mazzei, L. C. & Bastos, F. C. (2012). Gestão do Esporte No Brasil: Desafios e Perspectivas. Ícone Editora.
- Mazzei, L. C., De Bosscher, V., Ferreira Julio, U., Cury, R. L., & Böhme, M. T. S. (2020). High-performance judo: identification of the organisational factors influencing international sporting success. *Managing Sport and Leisure*, 25, 1–18.
- Mazzei, L. C., & Rocco Júnior, A. J. (2017). Um ensaio sobre a Gestão do Esporte: um momento para a sua afirmação no Brasil. *Revista de Gestão e Negócios Do Esporte*, 2(1), 96–109.
- Mintzberg, H. (2004). Ascensão e queda do planejamento estratégico. São Paulo: Artmed.
- Moraes, A. J. M., Oliveira, L. S., Soares, I. S. S., Jardim, A. B. C., Navarro, A. C. (2016). Introdução à luta olímpica no programa universidade olímpica: um relato da

experiência. Revista Brasileira de Prescrição e Fisiologia do Exercício, vol. 10, no. 63, pp. 850.

Nascimento, C. R. V. do. (2013). Políticas públicas e incentivos fiscais. Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento, v. 1, n. 1.

Rezende, J. R. (2012). Manual Completo da Lei de Incentivo ao Esporte: como elaborar projetos e captar recursos através da Lei nº. 11.438/06. 4ed. – São Paulo: All Print Editora.

Rocco Junior, A. J. (2012). Gestão estratégica da comunicação nos principais clubes de futebol do Brasil: muito marketing, pouca comunicação. Revista de Gestão e Negócios do Esporte. n. 1 São Paulo: Atlas.

Rocha, C. M., & Bastos, F. C. (2011). Gestão do esporte: definindo a área. Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, 25(especial), 91–103.

Salinas, N. S. C. (2012). Legislação e políticas públicas: a lei enquanto instrumento de ação governamental. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

Silva, M.R. 2010. Temas para Administração de Clubes Socio recreativos. Factash Editora. São Paulo.

Thibault, L.; Slack, T. and Hinings, B. 1994. Strategic planning for nonprofit sport organizations: empirical. Journal of Sport Management, 8 (3), 218-233.

Thibes, M. M; Moretto Neto, L. (2011). Mobilização de recursos nas organizações da sociedade civil: um estudo de caso. Pretexto, Belo Horizonte, v. 12, n. 4, p. 133–155 out./dez/2011.

Uksports Sports policy factors leading to international sporting success. 2006. A joint initiative involving: Vrije Universiteit Brussel (Belgium).

Vanucci, L. H. T. (2019). Estratégias para captação de recursos em organizações que trabalham com esporte educacional. São Paulo : [s.n.], 157p.

Wicker, P.; Breuer, C.; Lamprecht, M.; Fischer, A. (2014). Does Club Size Matter: An Examination of Economies of Scale, Economies of Scope, and Organizational Problems. Journal of Sport Management.

Yanaze, M. H. (2011). Gestão de Marketing e Comunicação: avanços e aplicações. 2 ed. São Paulo: Saraiva.

Recebido em: 02/02/2024

Aceite em: 20/03/2024

Endereço para correspondência:

Fabício Augusto Sodré Sousa
fujicomerc@uol.com.br



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Phenomenology and Sport Spaces

Paulo Ventura 

Universidade Autónoma de Lisboa, Portugal – venturapjs@gmail.com

Abstract

When it comes to overseeing sporting venues and amenities, sports managers nowadays take on a variety of roles and duties. Studying "Phenomenology and Sports Spaces," the theme seeks to gather perspectives from students in the third year of the University Autonomy of Lisbon's Sports Management degree on the convergence of phenomenology and sports spaces. Specifically, the focus is on the lines of thinking and action within the context of sports facilities and spaces, taking into account a variety of factors, including the sports manager, phenomenology, the phenomenological space of sport, and future challenges. The sociodemographic study revealed that there was minimal variation among students with respect to age, gender, household, country of residence, and nationality. A quantitative, descriptive methodology was applied. When asked about sports spaces and how they improve sport, the study's student body as a whole had a consensus, as evidenced by the results. Sports spaces should be considered and designed as components that create environments, services, programmes, and technology. founded on fundamental and universal values, and open to everybody. Furthermore, the goal is to give future sports managers, designers, and planners fresh perspectives and forward-thinking ideas for today's and tomorrow's sports venues. In summary, the goal is to raise awareness of common concerns regarding the convergence of phenomenology and sports spaces and to spark interest in the investigation and study of likely themes. These concerns will be presented by prominent figures in the field of sport, particularly in the management of sports spaces, including philosophers, psychologists, architects, and managers.

Keywords: Students; Sociodemographic profile; Manager; Sports Management; Sports Spaces; Phenomenology. JEL Codes: D84, D91, D71; F69.

INTRODUCTION

Studying themes and methods in phenomenological research entails discussing phenomena, time, and paths travelled, as well as realising what has already been accomplished. This is because the only way to mediate the researcher's interaction with the material under study is through understanding it, weaving critiques and reflections based on prior knowledge, creating plausible narratives and meanings, and generating novel ideas and lines of inquiry. Based on elements related to phenomenology and sport, namely sports spaces, we launch our investigation into the confluence of the theme of phenomenology and sports spaces in this context. Ventura (2019) claims that the last several decades have shown shifts in how people view and appreciate places, partly as a result of social, technological, cultural, historical, and climate change factors. Sports spaces are not an exception. Because of this, the sports industry has changed throughout the course of its existence and has come to play a more structural role in the lives of its residents. The inquiry will explore a wide range of factors and problems related to phenomenology, the phenomenological space of sport, sports managers, and upcoming difficulties. The research problem has a crucial role in determining the methodology that should be employed. Merleau-Ponty (1994) pointed out that the foundation of phenomenology is the study of essences, such as the essence of consciousness or the essence of experience. In order to better comprehend the essence and perception of Sports Spaces and whether there are any linkages between these areas of inquiry, it is necessary to explore the convergence between phenomenology and these fields of study. The identification of deficiencies pertaining to the junction of these themes which, in my opinion, are not extensively examined in scholarly research studies makes this topic relevant. Conclusions and their significance to the topic of study will also be discussed at the end of the study.



LITERATURE REVIEW

THE SPORT MANAGER: A sports manager works in a variety of fields, with their expertise shifting based on the politics, organisation, and structure of each nation. Sports managers now play a more significant and intervening role in today's sports organisations. The areas in which a sports manager works vary from nation to nation and are based on the following structure, according to Bastos (2003). For instance, in the United States, the areas of activity include university and school sports, professional sports, sports equipment management, community sports associations, sports marketing, sports journalism, clubs, the sports industry, fitness centres, sports training, aquatic activities, entrepreneurship, and consulting. The state-affiliated organisations, sports associations (which include federations, associations, and clubs), school and military sports, and the private sector comprise Portugal's sports system (Cruz, 2017).

PHENOMENOLOGY: The term "phenomenology" refers to a philosophical movement that was originated in the 18th century by philosopher J. H. Lambert (1728–1777). Its meaning is the study of a phenomenon in its purely descriptive form, or as it appears to consciousness. Phenomenology has taken on diverse connotations throughout history. According to Ryle (1976), phenomenology is the study of consciousness's expressions. According to Merleau-Ponty (1994), phenomenology is founded on the study of essences, taking into account all the various issues that arise while defining an essence, such as the essence of consciousness or the essence of experience. A philosophy that "places essences back into existence, not expecting an understanding of man and the world from any starting point other than their facticity" is phenomenology, on the other hand. We can deduce that it is a transcendental philosophy that suspends statements derived from natural attitudes in order to facilitate better understanding. It is also a philosophy that holds that the world is always "there," existing as an unalienable presence, and that its endeavour entails rediscovering this basic interaction with the world in order to elevate it to the status of philosophy. According to Heidegger (2006), the science of phenomena is what defines phenomenology. In terms of etymology, phenomenology is derived from two Greek words: "Phainomenon" (phenomena) and "Logos" (science, study). Because of the scope of this meaning, phenomenology can be associated with philosophical inquiry in general because it is necessary to begin with phenomena in order to give them a unity of meaning (sense of consciousness). It is crucial to comprehend why it is challenging to comprehend the meaning of the term "phenomenology"; grasping the notion over time is insufficient. As noted by writers like Irene Martinkova and Jim Parry (2012), one of the main issues with comprehending the meaning of phenomenology is how the term is used, since not everything that calls itself, phenomenology uses the theme in its name and intends to be connected to the field of phenomenology. Within the realm of sports and sport management disciplines, the term "phenomenology" may not necessarily carry the same connotation. For the authors, many of the misunderstandings derive from misunderstandings in their basic concepts, such as ontology and subjectivity, which the authors identified as being the most relevant for establishing clarity about the use of the phenomenological method in studies of themes related to sport. Of the expressions that bring the most doubts to readers, it is related to the distinction between two terms that are very similar, but different in their interpretation, which are phenomenology and phenomenism, where the term phenomenism is related to phenomena given from the senses and in the form how they explore each other. While phenomenology is not especially directed to the study of sense data. In phenomenology we look at what we really see, that is, instead of looking at the world through our humanity, we look at our humanity with the aim of giving an account of who we are and how we experience ourselves. Still, when we are doing phenomenology, we are not simply participating in the world, dealing with things in our daily lives, but also, as a being contemplating the world and the things that surround us. In short, phenomenology rejects all forms of phenomenism.

THE LINK BETWEEN PHENOMENOLOGY AND SPORT AREAS: The goal of discussing the relationship between phenomenology and sports spaces is to ascertain whether or not sports spaces are solely created from felt perceptions, as some authors have suggested, or whether they are

also the result of sensorimotor intelligence activities (Piaget, 1949). Preoperative representational structures are always dominated by forms of reasoning that are identical to perceptual configurations, rather than transformations. In this context, the author weaved two meanings that influence the relevance of the perceptual phenomenological space in sports performance, namely: a more unitarist interpretation (a linear continuity is observed between perception and intelligence, as if it were a whole, a concept of unity, giving the sensation that the perceptual structures grow and unfold progressively until the operational structures are generated); another more interactionist, (which distinguishes at all levels of development of cognitive functions, such as the operative aspect that provides motricity to intellectual operations; a figurative aspect that corresponds to the image, revealing interaction between the two forms of the structure). The author concludes that operative structures are formed through continual association, i.e., sensorimotor activities leading up to operational intelligence. On the other hand, figurative structures are subservient to operative structures and do not evolve through direct affiliation with one another. They emerge from operative structures and interactions with experiences, beginning with the others and gradually enriching them. In this sense, these mental activities have a direct or indirect impact on the perception, development, and enrichment of the mental process while also contributing to athletic performance (Piaget, 1949). When discussing the relationship between phenomenology and sports environments, we must consider observation, particularly spatial observation.

A more geometric and analytical approach to the phenomenology of space. Consiglieri (1999) dates back to 1420, when a method of perspective in the plane was already recognised, whether perpendicular to the canvas or not, with two vanishing points on the horizon. Alberti proposed the concept of a visual pyramid, in which the representation of depth was given by dividing the intervals by a third line and using simply a vanishing point. According to the same source, all perpendicular lines must converge to the same vanishing point, which is placed on the horizon and centred in relation to the shape, resulting in lines parallel to the screen as representation. Descartes, the founder of analytical geometry, proposes the concept of Cartesian space. The three-dimensional Cartesian space (x,y,z) is viewed as a pure infinite extension containing points, lines, and planes, with three coordinates stated using axonometric views. In reality, the axonometric perspective seeks to consider the representation of reality as it is, rather than as we perceive it. In other words, perspective as a vanishing point is perceived to be an optical illusion (Consiglieri, 1999). From a vision perspective, three historical observations are required: The first is an object-space relationship that respects perspective and has the same purpose and validity; the second is a science-society relationship, which, like descriptive and projective geometry, is the result of a new scientific and objective attitude and will free the space of subjectivity, limiting the observer in its psychophysiological aspects; Third, technical advancements such as photography and movies alter the meaning of perspective representations of space and things. The contemporary period seeks to recover the image's space through configuration and spatial organisation. Phenomenology elevates the science of the past and present by applying its mathematical and physical rigours to a single subject in which living is existence itself (feeling, seeing, knowing its sensitivities, suffering). We could argue that space would not really exist or have any bearing on human life absent physical items and the perceptual qualities of those same objects (Consiglieri, 1999). According to Baker (2000), Charles Eduard Jeanneret, better known as Le Corbusier in the world of contemporary architecture, was largely responsible for a new form of modern architecture, he understood the application of the golden ratio in his architectural works, based on harmonic measurement in scale of the Greek man, developing the measurement system called "Modulor", based on the average measurements of the human body, using the golden ratio through the golden rectangle and the sequence of Fibonacci numbers (Possebon, 2004). The foundation of universal design is the idea of the standard man, which is not always representative of the real man. In response to the debate over human standardisation, a commission in Washington, USA, developed the idea in 1963. Initially known as "barrier-free design," it aimed to do away with architectural barriers in the designs of all types of buildings, machinery, and urban areas. This approach later evolved into universal design, taking into account not only the project but also human variety (Cambiaghi, 2007).



According to Neufert (2013), universal design must be viewed and envisaged as an element that creates places, services, programmes, and technology that are accessible to all, based on fundamental and universal principles. Architectural barriers and the practice of sport are considered in the context of access to sensitive areas, because any citizen, regardless of social condition, race, or ethnicity, without pathologies or with conditioned or reduced mobility, can or should have the same opportunities and rights in the enjoyment of citizenship. All citizens must be able to access sports facilities. The definition of accessibility requirements to be fulfilled in the construction of public areas, communal equipment, and public buildings is established by Decree-Law No. 163/2006, of August 8, and it emphasises that residential buildings must also adhere to these standards (Ventura, 2019). Cunha (1993) argues that discussing space necessitates considering three unique perspectives: psychological, sociological, and economic. In terms of the psychological perspective, the author mentions Moles and Rolimer as authors who define space based on the individual's own order of reference, identifying various behaviours, hierarchizing and giving meaning to each of the levels at which the space organises. From a sociological perspective, according to the same author's understanding, it is based on a set of different elements called PCIG, where (P) refers to the production process (activities that directly contribute to the formation of productive goods or services), (C) corresponds to the consumption process (individualised appropriation of the product of work), (I) exchange process (set of spaces intended for the exchange of goods), and (G) management process. In the economic environment, space is considered as an abstraction whose multidimensionality may be measured and evaluated.

According to A. Moles and E. Rohmer (1972), referenced by Frémont (1976), space is conceptualised, lived, and arranged in a hierarchical manner. Cunha concludes that each individual's qualities, experiences, and the social contingency system (marriage, work, military duty, childbirth, etc.) have a significant impact on the hierarchical structure, also known as "shells" acquired throughout life. We can argue that we are in the domain of the individual, the singular, and intimacy, which underpins the values that are uniquely linked with it. It is in urban spaces known as small clusters or neighbourhoods that everything begins, where we see the birth of the earliest groups, base structures, which later grow to become small local communities and effectively serve their role. Within the context of sport, space is perceived as a space of representation that offers high meaning through its spaces (installation of football pitches, rugby pitches, pavilions, gymnasiums, health clubs, saunas, swimming pools, tennis courts, racetracks, hippodromes, winter resorts, adventure trails, etc.). These spaces are characterised as symbols in a spatial territory, regardless of the scale they occupy (Cunha, 1993). In a broader sense, space is assumed as a place of interaction and communication between individuals and social groups, as well as a social regulator (effected by space through symbols that act on individuals and their behaviour). Sports venues become relevant and create flows of interest because of the kind of activities they offer. Access to athletic events and the previously indicated locations so take on the character of a space of representation, which from a spatial standpoint (represents physical proximity to the citizen). From a temporal standpoint, it solely addresses the citizen's demand for time to practise or complete a certain activity; from a financial perspective, it implies the ability to pay fees associated with this use. A more economic perspective held that space was only considered as a resource that was required for the production process and that it was a limited and scarce resource (Cunha, 1993). The spaces offer a range of dimensions that aid in their understanding because of the various variables and significances they are associated with. To put it another way, space has aspects beyond its physical attributes, such as orographic, historical, economic, and social (Lopes, 1979). According to Bale (1993), spectator sport has the power to create its own environment and set of rules. According to Calléde (1988, referenced by Cunha 2007), sport affirms and expresses individuality, collectivism, communities, and other phenomena by providing a platform for sports-related expression and affirmation of collective freedom.

THE SPORT SPACE, AN ELEMENT THAT ENHANCES SPORTS PERFORMANCE - Athletes experiences in the "so-called geographical" location throughout their lives are paired with their knowledge gained from their sports performance to build an inextricable bond between the

sports space and characteristics of sports performance. Let's see, in order to have a clear response to the question, we consulted a number of writers who are authorities on these subjects. According to Frascareli (2021), every athlete is different due to an unexplained factor in their athletic performance that endures across decades and generations and cannot be recreated. similar to every human being. Important factors that influence an athlete's competitive performance include the experiences he has had throughout his life and how he reacts to specific feelings, sensations, and incitements. Insofar as it describes the location from which one can start and the destination that one can reach, the place, the space, and the journey are invariably discussed when discussing phenomenology and, additionally, human existence (Frascareli, 2021). From a historical perspective, it appears that research on phenomenological subjects related to sport and vice versa is relatively new, having started in the mid-1980s when qualitative research started to become more popular in this area of study.

Nesti (2011), a professor at Liverpool John Moores University, recognises that it might be extremely difficult to control variables and provide exact definitions to describe some "mental" phenomena related to sport because these processes and conceptions tend to generate limitless conceptualizations. According to the author, dualities in sport psychology result from the scientific paradigm that underpins this line of reasoning. Writers like Sundi and Kunz (2009) aim to explore the ways in which man and his surroundings interact through dialogue in the context of sports performance. According to the authors, the idea to demonstrate that phenomenology focused on real-world scenarios makes it impossible to replicate these same real-world scenarios in the lab, which complicates the process of measurement and quantification. From a more practical perspective, it may be argued that during their athletic careers, athletes are frequently faced with pivotal and important decisions. Despite not being scientific notions, it should be highlighted that elements like bravery, independence, willpower, and chance have a significant role in an athlete's performance on the pitch. Beginning with the idea that man is a temporal, relative, and unpredictable being, phenomenology is founded. This human potential, along with understanding people, the outside environment, and oneself, helps you develop as a person and an athlete. This phenomenological theorization prompts contemplation of the possibilities of self-awareness and self-worth, accountability for decisions, and complete independence in the process of structuring as an athlete. Sport as a career has a limited shelf life, which leads us to another point: it's critical to consider habits that extend beyond this stage of an athlete's or person's life. People view sport as having great control over their experiences. However, it is evident that psychological factors are not the only factors that affect an athlete's performance in sports; other phenomenological aspects are also important in the development and growth of an athlete, and as a result, in their sporting performance. One such topic is the phenomenology of the sports space, a complicated subject that has received little scholarly attention and is still poorly understood today. As a result, we believe that this issue is pertinent to our lesson and necessary to comprehend this occurrence. We believe it is important to correctly identify the types of space we are talking about in order to gain a deeper understanding of the issue of phenomenology as well as an appreciation for sports spaces and facilities. The idea of our lesson was to focus the inquiry on elements related to the phenomenology of the sports space because it is the one that most closely relates to the issue of our lesson among the various forms of existing space, such as perceptual, topological, and phenomenological. The relationship between the structured space, which is built on a modular framework, and the manifestation of the sensitive and psychological space which can be both quantitative and qualitative defines the phenomenology of the sports space. These rules governing the arrangement of visual space are part of the following methodology:

Understanding three-dimensional space, underlying overlap, transparency, depth, and perceptual cues of objects; - the contour value of the form or figure; - the relationship between the figure and the background; - the knowledge of the contribution of the line as an element. When viewed from a different angle, the phenomenology of space is characterised by the division between the exterior and interior characters, which stands in opposition to transparency and the overlaps created by the early mechanistic work of architects such as Mies van der Rohe, Le Corbusier, and Gropius. The interior is no more an abstract, subjective environment, but rather a cosmos where light, win-



dows, the amount of fenestrations, stillness, and sound all influence how man is conditioned and organised. From this moment on, we stepped into a brand-new experience known as the experience of place, which is essentially a poetry defined by the elements of daily existence (Consiglieri, 1999). An alternative perspective on the phenomenology of sports spaces considers the concept of spatial environment, which is closely linked to the amount of light and darkness. This leads to a conflict between confined and open spaces (interior/exterior). The earth, sky, ceiling, walls, and all other elements comprise the atmosphere in which we dwell. The interaction between the phenomenology of spaces and sports equipment, in the contextual framework that we are given to observe, has an integrated mission that is primarily to make sport accessible to a large portion of the population in order to contribute to the improvement of citizens' quality of life and to monitor the current ordering and demographic density. The model of sports practice has evolved over time, as has the kind of exercise that is desired and the number of people who regularly engage in physical activity, all of which may be attributed to the desire for a more active lifestyle. A sound, increased understanding of the advantages of participating in sports and the need for social connection that comes with group activities offered by different sports. The number of federated athletes in indoor collective modalities increased exponentially between 1996 and 2014, according to the Portuguese Institute of Sports and Youth (Ipdj, 2016). For this reason, it became more important to encourage municipalities to think about the issues surrounding sports practice spaces and to provide useful information to all those involved in the design of these same spaces for the development of more sustainable projects suited to current needs, whether in the field. The national landscape places a great deal of social significance on the field of sports facilities and equipment. In terms of the link between the number of pavilions and practitioners as well as the comfort and well-being of users inside that area, most sports infrastructures fall short of adequately servicing the populace. "Sports architecture is a discipline that requires a lot of expertise and, as architects with general knowledge and rational criteria for design, their skills are not adequate to respond to the current needs of the sports market and users, for whom sport is a part of their life," according to Agustín Puga's article "Sports Architecture: a discipline with a great future," which was published in March 2012 in the magazine "Professional Council of Architecture and Urbanism of Argentina." The author discusses the lack of knowledge and specialised training that prevents sports infrastructures from being planned, constructed, and maintained in a way that meets user goals, demands, and preferences when searching for locations ready to serve the communities in which they are situated. present. In the context of their location, these places exhibit a larger influence on social and communal aggregation. From birth to adulthood, humans perceive and construct their environment through thought, creating these ideas concurrently with other mental constructs. Three crucial time periods serve as the foundation for this theory:

- The first stage, known as the sensorimotor period, begins at birth and continues until the first words in a language appear. It is assumed that this stage lasts until the child is two years old. Sensorimotor intelligence, according to Piaget (1949), is characterised by the subject's practical action on reality itself, without a considerable gap between action and reality.

- The second phase, known as the pre-operative phase, is a phase of organising and getting ready for the actual operations including classes, relations, and numbers. This stage lasts until the infant can organise his or her own thoughts using concrete procedures, and it starts when the symbolic function appears. During this stage, children exhibit representative thinking, which lasts until the age of four, and intuitive thinking, or instantaneous perceptions, which is associated with attention and is typified by the incapacity to manage several relationships concurrently. The child will function in the next phase (concerns of number and space) based on this phase of elaboration of ideas, classes, series, and linkages.

The concepts of conservation of substance, weight, and volume begin to develop about the age of six, marking the start of the third period, also known as the operative phase, according to Piaget (1949). We can declare that a child has reached the end of this phase when they are able to grasp all three areas, which should happen around the age of eleven. According to the same author, the figurative structures are developed through progressive enrichment through interactions and

experiences throughout life, rather than direct affiliation. In contrast, the operative structures are conceived through continuous affiliation, starting from sensorimotor activities to operative intelligence. These considerations take us to another level of analysis that we want to answer, namely the following question.

THE SENSE OF IDENTITY AND AUTHENTICITY OF THE PLACE - The significance of the place's authenticity and sense of identity stems from ideas in the Heideggerian geography phenomenological school of thought. According to Relph (1976), place is the primary concept or essence that conveys the implications and opportunities associated with human geography. It transforms the concept of place into a phenomenological phenomenon and has significant influence on geographic humanist thought. It was first published as a book in 1976 under the title "Place and placelessness," as the first volume of the series Research in Planning and Design, edited by Allen J. Scott Relph. This contribution helped to displace the functionalist and positivist elements that had previously dominated the concept of place and introduced a fresh perspective. Relph (1976) integrates the perspective of interventions and urban planning, understood as the experience of space, and offers a theoretical or methodological addition to phenomenological thinking about places. In order to comprehend the evolution, upkeep, and permanence of places, the author views the place as the essence where phenomenology looks for and the meaning of the place itself. Based on the contemporary urban environment, the same author aims to explore the concept of place in greater detail, focusing on its fundamental social and cultural characteristics, experience dimension, and place identity. The author delves deeply into the phenomena of location, drawing on the insights of notable geographers including Sauer, Dardel, Luckerman, and Lowenthal. These insights are bolstered by a series of understandings that stem from phenomenological phenomenology, including: Norbert-Chulz, Husserl, Heidegger, Schultz, Bollnow, Bachelard, Merleau-Ponty. The concept of "dwelling" sticks out among the other concepts and ideas since it supported and provided a foundation for the idea of a place's existence. This Heideggerian concept of difference and identification from this point on gave Relph a phenomenological foundation for comprehending the identity of locations.

THE IDENTITY OF PLACES: To discuss the identity of a place, one must comprehend both its constituent parts and the manner in which our experience of them is experienced. According to the author, there are three main components to our relationship with places: meanings, physical configuration (which includes both the built environment and nature), and behaviours (which can be either passive or active, creative or destructive, or individual or collective). Meanings possess unique and ever-evolving signifiers and attributions (Relph, 1976). The author suggests several exteriorities and interiorities that can be involved with the place in this context of engagement with the place: behavioural interiority, existential interiority, and sympathetic interiority. Consequently, behavioural interiority describes an objectively functional engagement with the environment, aiming to become acquainted with its elements and actions. Being open to a profound engagement with the location, founded on empathy and genuine interest, is a necessary component of empathic interiority. Existential interiority is so intrinsic that it requires consciousness in order to function; it entails a relationship to the location. Relph (1976) distinguishes between three categories of exteriority in the context of behavioural exteriority: existential, objective, and accidental. When a location serves as little more than a backdrop for uncomplicated activities, it is referred to as incidental exteriority. Conversely, objective exteriority is an indirect relationship type that entails a purposeful, impartial attitude but excludes participation. An instance of existential exteriority is when someone feels uncomfortable or unwelcome.

THE AUTHENTICITY OF PLACES - Place is considered to be a reality of ordinary experience and, as such, comes before all conceptualizations and interpretations offered by academics. From a phenomenological perspective, particular settings and a degree of openness to the outside world have always sustained the place. According to Relph (1976), the home and the location are unbounded spaces of openness. One of the most constant routes in the phenomenological understanding of the place is to perceive it as existentially lived, in the Heideggerian sense. Place possesses an amazing ability to create links between the individual, the community, and the earth, as



well as between the specific and local and the larger and regional. Regarding its capacity for comprehension and relevance to modern experience, conception as a component of life and a facet of human existence is crucial. When considering the various ways that one could exist in the world, the concept of place remains important (Marandola, Jr. 2012b). According to Relph (1976), place is existence, experience, and genuineness. If the author restricts the types of places, then he or she is restricting human experience and evolution. In summary, the following topic was covered in order to provide direction for this investigation: "Sports Management - Perceiving the Phenomenological Space of Sports." The goal was to learn how third-year students pursuing a degree in sports management from the Universidade Autonoma de Lisboa perceived the phenomenology of sport in the first semester of the 2023-2024 academic year, based on practices supported by the following variables: Five items make up F1: The Sports Manager; three items make up Phenomenology; seven items make up The Phenomenological Space of Sport; and five items make up Future Challenges.

METHODOLOGY

The study of knowledge procedures is a defining characteristic of scientific methodology, according to Cervo and Bervian (2002). According to Lakatos and Marconi (1991), methodology is a collection of techniques that allude to the presuppositions and underlying principles of a particular subject world, managing the things in our day-to-day existence as well as reflecting on the world and the objects in our immediate surroundings. Phenomenology, to put it briefly, is the antithesis of phenomenism. This perspective not only clarifies that the study of methods can be defined by specific procedures and approaches, but also helps us understand the types of research, how they are structured, bibliographic sources, data collection tools, data processing forms, and time horizons. Research technique refers to the set of methods and phases that are applied in an empirical, critical, and methodical manner when conducting research or academic work (Vilelas, 2020). This methodological decision entails formulating a plan that will subsequently impact the methods and tools used to gather and process the data (Sousa and Batista, 2014). In terms of the research approach that was employed, we can state that, by definition, it was founded on "applied research," which tries to produce information for real-world application targeted at resolving certain issues (Gil, 2006). According to the methodology, we employ "quantitative research" insofar as it involves converting viewpoints and data into numerical representations for categorization and analysis (Collis; Hussey, 2005). When it comes to goals, we employ "descriptive research," which tries to characterise a population's traits, a phenomenon, or the development of correlations between variables. The most popular presenting format is the survey, which provides an overview of the circumstances at the time of the research and is typically conducted via a questionnaire or systematic observation (Gil, 2006). There will also be a presentation of the whole selection and characterization procedure for the population being studied (sample). We then proceed to a discussion of the procedure for selecting the data gathering instrument.

SAMPLE

Third-year Universidade Autonoma de Lisboa students pursuing a degree in sports management in the academic year 2023-2024, which enables us to gather information and make observations in order to make inferences about the population from whom data was gathered (Vilelas, 2020). A reliable sample of thirty students from the 2023–2024 academic year of the Sports Management Course at the Universidade Autonoma de Lisboa was obtained out of the total population of thirty-one students.

INSTRUMENT

With the help of students' close closeness in the classroom, a questionnaire survey was employed as the study's tool. Batista, Moreira, Rodrigues, and Silva (2021) state that a questionnaire

survey is a data collection method frequently employed in educational research, with a greater frequency of use in large-scale studies. This method permits the observation of a sizable number of subjects in relation to a particular social phenomenon because it can be quantified and conclusions and generalisations can be drawn from the data. This tool manifests as the material object utilised in the various methods (Batista et al., 2021). A 5-point Likert scale helped in the development of the instrument, which is a questionnaire survey. The assessment levels on the Likert scale utilised in the study were as follows: completely disagree = 1; disagree = 2; neither agree nor disagree = 3; agree = 4; and I entirely agree = 5. The questionnaire is divided into two sections: the first section contains sociodemographic questions about the students being studied, such as age, gender, household, place of residence, and nationality; the second section consists of four groups divided by twenty items that are suggested to measure the study variables, which are as follows: Five items make up F1: The sports manager; three items make up phenomenology; seven items make up the phenomenological space of sport; and four items make up future challenges five items.

PROCEDURES

The Autonomia Universidade de Lisboa third-year sports management degree students for the academic year 2023-2024 were the target audience for the recruitment of responders. Following the creation of a pre-test for a limited student population, questionnaires were created at the start of the 2023-2024 academic year. Students were required to complete all of the questionnaires, resulting in a final sample of thirty valid questionnaires. In order to include every kid from that school year, the collecting was done during the school day. Every responder was made aware of the purpose of the study beforehand, and they all actively and voluntarily participated, guaranteeing the privacy and confidentiality of their answers.

DATA PROCESSING

Statistical methods and processes that enable the examination of numerous variables are used in the study of quantitative data (Collis; Hussey, 2005). This method is predicated on the requirement for focused observation in order to identify trends and correlations among variables. Through this study, we can also derive statistical factors and indicators that, when applied to a given sample, can identify patterns and characterise behaviours for the target population. The Microsoft Excel application was used to enter and tabulate the data that were gathered from the questionnaire survey. For every variable in this study, the arithmetic mean of the data was also computed. The data were then transferred to version 1.6.23 of the JAMOV statistical analysis programme, where the previously indicated analyses were performed. The Cronbach's Alpha parameter, which is often used to quantify the inter-correlation between items intended to measure a certain variable, was used to analyse reliability and internal consistency. To ascertain if the variables had a normal distribution, the non-parametric Shapiro-Wilk test was also run. The degree of linkage and relationship between the variables was also assessed using the Spearman test.

ANALYSIS AND DISCUSSION OF RESULTS

Students in the third year of the degree programme in Sports Management at the Universidade Autonomia de Lisboa in 2023/2024 show little variation in a variety of items, according to the sociodemographic analysis. These items include: AGE Indicator: The findings suggest that the minimum age should be 19 and the maximum age should be 28. Regarding central tendency measurements, it is observed that the average age was centred at Me=21.0 for females and Me=21.9% for males, with the most frequent age being 22 years old (Mo=22) for males and Mo=21 for females. The median for the age variable was (Md=21.0) for females and (Md=22.0) for males. Presents noteworthy facts regarding the higher likelihood of young males and lower likelihood of young women pursuing careers related to sports, specifically in the field of sport management. We



think that in order to make sports sectors appealing to young people, proper promotion within schools and associations is necessary. This will help them realise the advantages of physical activity, and in the future, these fields may become highly relevant professional areas in society. When all students underwent the "Shapiro-Wilk" normality test, a value of $w=0.957$ and $p<0.266$ that is, greater than $p<0.05$ was achieved. This indicates that the quantitative variable has a normal distribution, as shown in Table 1.

Table 1 - Variable normality test gender "Shapiro-Wilk"

	Gender	N	Shapiro-Wilk	
			W	P
Id_Student	F e M	30	0.957	0.266

Source: Jamovi (2024)

It was feasible to confirm a record of variation in p-values for the "Shapiro-Wilk" normality test based on stratified analysis (age/household/gender). A value of $p<0.001$ was obtained for both gender (F) and gender (M), indicating that the variable does not present a normal distribution. Table 2 displays these information.

Table 2 - Normality test (age/household/gender) "Shapiro-Wilk"

								Shapiro-Wilk	
Gender		N	Mean	Mode	Standard Deviation	Min	Máx	W	P
Age	F	3	21.33	21.00	0.577	21	22	0.750	<.001
	M	27	21.93	22.00	2.093	19	28	0.798	<.001
Household	F	3	2.67	2.00	1.155	2	4	0.750	<.001
	M	27	3.48	4.00	1.014	1	5	0.874	0.004

Source: Jamovi (2024)

HOUSEHOLD: Considering the sample under study, it seems that students primarily reside in households with a maximum of four members, which accounts for around 46.7% of the sample. As seen by the tendency of the oldest Portuguese homes, it seems that only three pupils reside in a family setting with five members. Two groups (one with two individuals and the other with three individuals) are also included in the sample under study. Each group has a representation in the sample of about 20.0%. The most representative aggregate has a mean ($Me=15.21$), a mode ($Mo=2.00$), and a median (17.00).

RESIDENCE - Regarding area of residence, it appears that in the universe of 30 students, it was possible to verify that 100.0% reside in the urban agglomeration of Lisbon or in its surroundings, a determining factor in their relationship with the surrounding urban space.

NATIONALITY: Regarding nationality, there are no questions at all; the findings show that 30 students, or 100.0% of the total, are of Portuguese descent.

A frequency analysis was performed, specifically examining the absolute and relative frequencies of the gathered information. Then, the measures of central tendency and dispersion were computed, including the variance, maximum, minimum, standard deviation, mean, median, and mode. In exploratory data analysis, statistical tools are frequently employed to uncover trends that might be concealed in grouped data. This analysis supports the evaluation of the data collection's quality. Whether absolute or relative, frequency analysis is one of the fundamental ideas in statistical distributions. The absolute frequency corresponds to the raw data observed in a study, that is, it expresses the number of times that a certain phenomenon occurred, normally being preliminary data in an investigation. It is important to highlight that absolute frequency information must always be expressed in real numbers. Regarding the relative frequency, it is obtained by calculating the number of observed occurrences divided by the total sample (represented by the letter "N"), to express a percentage value in relation to the sample size. It should be noted that the sum of observed relative frequencies must equal 100%.

F1 - THE SPORT MANAGER

F1: "The Sports Manager" The following qualities are suggested in this study to gauge the traits of the modern sports manager:

Question 1: "Does the sports manager's area of activity vary depending on the organisation and politics of each country, spanning across different areas of knowledge?" There are just 10.0% of respondents who said they neither agree nor disagree, 66.7% who said they agree, and roughly 23.3% of respondents who said they absolutely agree. No one disagrees. This suggests that the majority of students concur that the sports manager's expertise spans multiple subject areas and that these areas enhance one another.

Question No. 2: "Is it necessary for a sports manager to have training and be capable of helping organisations manage in order to accomplish their goals?" 36.7% of respondents said they agreed, while 63.3% said they fully agreed. Given the outcomes, it is well acknowledged how important it is for sports managers to possess abilities that enable them to support the management of organisations, whether in the public or private sector.

In response to Question Q3, which asked if the sports manager needed to be a professional with the necessary qualifications to oversee any sporting facilities or equipment, 43.7% said they absolutely agreed, 50.0% said they agreed, and 3.3% said they were unsure. There is a common consensus that the sports manager needs to be a professional who is suitably qualified to oversee any structure of sports equipment in light of the established values.

Question Q4: "In addition to other necessary skills related to marketing, communication, social relations, leadership, motivation, legislation, etc., the functions of a sports manager are: planning, organising, organising, and controlling the organisation." Just 13.3% of respondents stated they were neither in agreement nor disagreement, compared to 11.0% who said they absolutely agreed and 50.0% who said they agreed. To put it briefly, the majority of students comprehend the abilities of a sports manager in the modern professional setting.

Only one respondent (completely agree), or 3.3% of the sample, said that phenomenology plays a significant part in the management of organisations, sporting places, and facilities. Eighty percent of respondents said they agree, and sixteen percent said they don't know. Once more, we come to a general consensus that the elements associated with the most varied aspects of sport's phenomenology (e.g., experiences, emotion, agitation, comfort of spaces, joy, the look, etc.) are significant in the management of organisations, especially when it comes to the management of sports facilities and spaces. In the following research, we looked for any relationships between question Q1 (which states that a sports manager's area of expertise is diverse and varies depending on the politics and organisation of each nation) and question Q4 (which states that a sports manager's duties include planning, organising, and controlling the organisation in addition to other necessary skills like marketing, communication, social relations, leadership, motivation, legislation, etc.). We employed the "Pearson" non-parametric correlation matrix to ascertain the correlation between these two variables, and the following outcomes were obtained: With a significant correlation for Q1 ($p=0.618<0.005$), the Pearson's R value for Q1 is 0.095, which is significantly higher than 0, and is regarded as a strong correlation between Q1 and Q4, as shown in Table 3. In order to accomplish our goals, we also aim to link the second question, Q2: "Should the sports manager have training, and be able to assist in the management of organisations?" and Q5: "Does phenomenology play a significant role in the management of organisations, sports spaces, and facilities for the sports manager?" The following results were obtained using the "Pearson" non-parametric correlation matrix: for Q2, the value of $p=0.650<0.005$, indicating a significant correlation; the value of Pearson's R corresponding to the value of 0.086, indicating a strong correlation between Q2 and Q5, Table 3 correlation matrix.



Table 3: Matrix of corrections from Q1 to Q5

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
Q1	R de Pearson	—				
	p-value	—				
Q2	R de Pearson	0.181	—			
	p-value	0.340	—			
Q3	R de Pearson	0.135	0.342	—		
	p-value	0.479	0.064	—		
Q4	R de Pearson	0.095	0.162	0.176	—	
	p-value	0.618	0.391	0.353	—	
Q5	R de Pearson	-0.204	0.086	-0.177	-0.242	—
	p-value	0.280	0.650	0.349	0.198	—

Source: Jamovi (2024)

F2 - PHENOMONOLOGY

The variable F2 - “The Phenomenology”, in relation to:

In Question Q6, the question asked, "For the Sports Manager, phenomenology refers to a philosophical current, based on the term created in the 18th century by the philosopher J. H. Lambert, to designate the purely descriptive study of the phenomenon, that is, exactly how it presents itself to consciousness?" received 3,3% of the total response, 16.7% of respondents said they agreed, 76.7% said they disagreed, and only one student said they disagreed. To put it briefly, the data collected leads us to the conclusion that most students are unsure about what is meant by the term "phenomenology" in the context of sport administration.

Question Q7: Does phenomenology mean discussing time, place, phenomena, and routes travelled in the sporting arena for the sports manager? 10.0% of respondents said they absolutely agreed, 46.7% said they agreed, and roughly 43.3% said they didn't know for sure. Again, there is a knowledge gap among students on the subject of phenomenology; yet, 46.7% of them agree, and 10.0% entirely agree, that discussing phenomenology entails discussing phenomena of space, time, and pathways travelled.

Question Q8: "Do we look at what we really see in phenomenology, that is, do we look at our humanity with the aim of giving an account of what we are and how we experience ourselves, or do we look at the world through our humanity?" 43.3% of participants expressed agreement, around 50.0% expressed neither agreement nor disagreement, and 6.7% expressed disagreement. It seems that phenomenology is still a little-known subject and that 50.0% of respondents had no opinion on the matter.

In keeping with the research, we aim to determine whether Question Q7 “For the Sports Manager, phenomenological implies talking about phenomena, time, spaces, and the paths taken in the sporting field” correlates with the second series of questions (F2). The following findings were obtained using the "Pearson" non-parametric correlation matrix in relation to question Q8: "In phenomenology, do we look at what we really see, that is, instead of looking at the world through our humanity, do we look at our humanity with the aim of giving an account of what we are and how we experience ourselves?" for Q7 the value of $p=0.456 < 0.005$, obtaining a significant correlation, with the Pearson R value corresponding to the value of 0.141, that is, very far from 0, considered a strong correlation of Q7 with Q8, Table 4.

Table 4: Matrix of corrections from Q6 to Q8

		Q6	Q7	Q8
Q6	R de Pearson	—		
	p-value	—		
Q7	R de Pearson	0.095	—	
	p-value	0.619	—	
Q8	R de Pearson	0.285	0.141	—
	p-value	0.127	0.456	—

Source: Jamovi (2023)

F3 - THE PHENOMENOLOGICAL SPACE AND SPORT

The variable F3 - “The Phenomenological Space and Sport”, regarding:

Question Q9 - "Does the phenomenological space influence sports performance?" received responses of approximately 33.3% (totally agree), 66.7% (agree), and 13.3% (I neither agree nor disagree). We discovered that there is still a group of four students, or 13.3% of the sample, who have not expressed a view on the problem posed.

Question Q10 - "Are sports spaces designed exclusively from felt perceptions or, on the other hand, are they generated from sensorimotor intelligence activities?" The data shows that 3.3% of respondents responded (completely agree), 60.0% responded (agree), and 36.7% responded (neither agree nor disagree). Based on the findings, we discovered that students (more than 50%) have a positive attitude about the design of sports venues based on their perceptions on the one hand, and on the other, originating from sensorimotor intelligence activities.

Question Q11 - "Will the observer/athlete be able to see and locate the image space that surrounds him, as well as perceive the position he occupies in relation to that same territorial space?" The results show that 26.7% of respondents said (I agree completely), 40.0% said (I agree), and 33.3% said (I neither agree nor disagree). The majority of respondents agree that the observer/athlete will be able to view and find the picture space that surrounds him, as well as perceive his position inside the same territorial space.

Question Q12 - "For the observer/athlete, does the image space that surrounds him have spatial relevance?" received responses from approximately 40.0% (totally agree), 46.7% (agree), and 13.3% (I do neither agree nor disagree). All responders agree that for the athlete observer, the space surrounding the sporting activity is spatially relevant.

The thirteenth question is, "Do mental activities exert a direct or indirect influence on the perception, development and enrichment of the mental process and at the same time contribute to sports performance?", 36.7% of respondents responded (totally agree), 30.0% responded (agree), 30.0% said they had no opinion (neither agree nor disagree), and 3.3% disagreed. Most respondents believe that mental activities have a direct or indirect impact on perception, development, and enrichment of the mental process while also contributing to athletic performance.

Question Q14 - "Is phenomenology based on the intuitive character of the conception of essence and as such intrinsic in that space?" - received responses from around 6.7% (completely agree), 53.3% (agree), and 40.0% (neither agree nor disagree). Despite the fact that not everyone has an opinion on the subject, the majority of students believe that phenomenology is founded on the intuitive nature of the idea of essence and thus essential to that space.

Question Q15 - "Space without physical objects and the preceptive aspects of these same objects, we could say that space would not exactly exist, nor have any influence on the life of human beings," approximately 13.3% responded (I completely agree), 26.7% responded (agree), 46.7% responded (neither agree nor disagree), 6.7% responded (disagree), and 6.7% strongly disagreed. There are many different perspectives on the subject, but twelve students believe that without



physical items and the preceptive features of these same objects, space would not exist or have any impact on human life.

Based on the responses in F3, we attempted to determine the relationship between question Q12 - "For the observer/athlete, does the image space that surrounds him have spatial relevance?" and question Q15 - "Space without physical objects and without the preceptive aspects of these same objects, we could say that space would not exactly have an existence, nor any influence on the life of human beings", we resorted to the non-parametric correlation matrix of "Pearson", where it was possible to obtain the following results: for Q12, the value of $p=0.552>0.005$, an insignificant correlation, while the value of Pearson's R corresponds to the value of 0.113, Table 5.

Table 5: Matrix of corrections from Q9 to Q15

		Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
Q9	R de Pearson	—						
	p-value	—						
Q10	R de Pearson	0.285	—					
	p-value	0.127	—					
Q11	R de Pearson	0.225	0.188	—				
	p-value	0.232	0.321	—				
Q12	R de Pearson	0.255	0.334	0.669	—			
	p-value	0.173	0.071	< .001	—			
Q13	R de Pearson	0.342	0.000	0.193	0.493	—		
	p-value	0.064	1.000	0.306	0.006	—		
Q14	R de Pearson	0.171	0.069	-0.121	0.055	0.375	—	
	p-value	0.366	0.716	0.525	0.774	0.041	—	
Q15	R de Pearson	-0.050	0.082	-0.014	0.113	-0.111	0.018	—
	p-value	0.791	0.667	0.940	0.552	0.561	0.923	—

Source: Jamovi (2024)

F4 - FUTURE CHALLENGES

Option F4 - "Future Challenges": Question Q16, which reads: "Sports spaces, as elements that enhance sport, must be thought of and designed as elements that generate environments, services, programmes and technology accessible to all, based on fundamental and universal principles?" Approximately 60.0% of respondents responded (completely agree), 36.7% only responded (agree), and one student said (neither agree nor disagree), which equals 3.3%.

The question is, "Are architectural barriers and the practice of sport taken into account in the thinking inherent to the fundamental principles of architecture accessible to sports areas and spaces?" 16.7% of respondents (completely agree), around 21 pupils (agree), accounting for 70.0% of respondents, 6.7% (neither agree nor disagree), and 6.7% (disagree). In short, the majority of students polled believe that architectural obstacles and athletic practice are factored into the thinking inherent in the fundamental principles of design that apply to sports areas and spaces.

The 18th question is: "Is human resources management a strategic instrument for organising future sports spaces and facilities?", 33.3% of respondents replied (completely agree), 50.0% responded (agree), approximately 6.7% responded (neither agree nor disagree), 6.7% responded (disagree), and 3.3% responded (absolutely disagree). For the majority of responders, human resource management is a strategic tool for organising future sports venues and infrastructure. To properly examine this value, a "Pearson" correlation matrix between variables will be built later, allowing for a better comprehension of the results.

The 19th question is, "Is the role of the sports manager decisive in the active participation of new and appropriate sports spaces, whether from a psychological, sociological or economic perspective?", 36.6% of respondents responded (completely agree), 56.7% only agreed, and 6.7% did not agree or disagree. As this is an important issue for future sports managers, we are pleased to see that 28 out of 30 students believe the role of the sports manager is critical in the active participation

of new and appropriate sports spaces, whether from a psychological, sociological, or economic standpoint.

The 20th question is: "As sports spaces are elements that enhance sports performance, do you consider the sustainable management of existing resources and the correct use and reuse of sports spaces to be a preponderant element in the attractiveness of sports?" Regarding this question, the opinion of all respondents is unanimous, with 50.0% responding (totally agree) and the remaining 50.0% responding (agree). In short, everyone believes that sports spaces, components that improve sports performance while taking into account the sustainable management of existing resources, as well as the proper use and reuse of sports spaces, are a key factor in the attractiveness of sports practice. Based on the responses in F4, we want to know what relationship exists between question Q17 - "Are architectural barriers and the practice of sport taken into account in the thinking inherent in the fundamental principles of architecture accessible to areas and spaces of sports?" and Q20 - "As sports spaces are elements that enhance sports performance, do you consider the sustainable management of existing resources, as well as the correct use and reuse of sports spaces, a preponderant element in the attractiveness of sports practice?", according to the matrix of non-parametric "Pearson" correlation, the following results were obtained: For Q17, the value of $p=0.209>0.005$, indicating an insignificant connection, however the Pearson R value corresponds to a value of 0.236, far from 0, indicating a substantial correlation between Q17 and Q20, Table 6.

Table 6: Matrix of corrections from Q16 to Q20

		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
Q16	R de Pearson	—				
	p-value	—				
Q17	R de Pearson	-0.037	—			
	p-value	0.848	—			
Q18	R de Pearson	0.026	-0.142	—		
	p-value	0.890	0.453	—		
Q19	R de Pearson	0.397	-0.137	0.041	—	
	p-value	0.030	0.471	0.832	—	
Q20	R de Pearson	0.060	0.236	-0.102	-0.057	—
	p-value	0.754	0.209	0.593	0.765	—

Source: Jamovi (2024)

Following an analysis of the frequency of replies to the statements presented (items proposed for measuring the variables of this study). In terms of central tendency, the mean and median values for all variables in this study were found to be 4. Regarding the mode, the most common value is 5 (I absolutely agree). The least observed values range from 1 (completely disagree) to 5 (completely agree). The data also demonstrates that the sample includes some extremes between the highest and minimum values, which supports a certain degree of data dispersion. Table 7, summarises the descriptive statistics for the variables used in this investigation.



Table 7 - Descriptive Statistics (F1, F2, F3, F4)

		N	Mean	Median	Mode	Standar Desviation	Min.	Máx.
F1	Q1	30	4.13	4.00	4.00	0.571	3	5
	Q2	30	4.63	5.00	5.00	0.490	4	5
	Q3	30	4.43	4.00	4.00	0.568	3	5
	Q4	30	4.23	4.00	4.00	0.679	3	5
	Q5	30	3.87	4.00	4.00	0.434	3	5
F2	Q6	30	3.20	3.00	3.00	0.551	2	5
	Q7	30	3.67	4.00	4.00	0.661	3	5
	Q8	30	3.37	3.00	3.00	0.615	2	4
F3	Q9	30	4.20	4.00	4.00	0.664	3	5
	Q10	30	3.67	4.00	4.00	0.547	3	5
	Q11	30	3.93	4.00	4.00	0.785	3	5
	Q12	30	4.27	4.00	4.00	0.691	3	5
	Q13	30	4.00	4.00	5.00	0.910	2	5
	Q14	30	3.67	4.00	4.00	0.606	3	5
	Q15	30	3.33	3.00	3.00	1.028	1	5
F4	Q16	30	4.57	5.00	5.00	0.568	3	5
	Q17	30	3.97	4.00	4.00	0.718	2	5
	Q18	30	4.03	4.00	4.00	0.999	1	5
	Q19	30	4.30	4.00	4.00	0.596	3	5

Source: Jamovi (2024)

F1: The Sports Manager; F2: Phenomenology; F3: The Phenomenological Space of Sport; and F4: Future Challenges.

Reliability and internal consistency analysis (Cronbach's Alpha): Internal consistency is a statistical or scientific method for determining the association between different test items. It determines whether the several items designed to measure the same construct yield similar findings. Cronbach's Alpha Coefficient, which is determined by combining item correlations, is commonly used to assess internal consistency. According to Almeida, Santos, and Costa (2010), Lee Joseph Cronbach, a North American psychologist, described this coefficient in 1951 as a tool for measuring the reliability of educational and psychological exams. This allows for fresh interpretations of the reliability index. Cronbach's Alpha can be defined as the average correlation of the items in an instrument (Almeida et al., 2010). The internal consistency index ranges between zero and one. Reliability is typically considered adequate with a degree of consistency of $\alpha > 0.7$, using Nunnally's (1978) critical value as a reference. If values between 0.8 and 0.9 are observed, it suggests a high level of acceptability. Values in the order of 0.50 are acceptable; however, values less than 0.21 indicate poor consistency and are not recognised. In summary, the following table shows that the degree of internal consistency of the Likert items proposed to assess the variables of this study is 0.555, indicating an adequate level of reliability, Table 8.

Table 8 - Cronbach's alpha coefficient (F1, F2, F3, F4)

Scale reliability statistics				
	Mean	Standard desviation	α de Cronbach	ϕ de McDonald
Scale	20.00	1.21	0.555	0.629

Source: Jamovi (2024)

CONCLUSIONS

The purpose of this study was to engage third-year sports management students at the Universidade Autonoma de Lisboa in a reflective process on the theme "Phenomenology and Sports Spaces." The research will focus on four variables: the sports manager, phenomenology, the phenomenological space of sport, and future challenges. The research will be conducted through sustained practices. In summary, a combination of individual responses was obtained for each of the four groups of questions raised (F1, F2, F3, and F4), from which the following conclusions could be made: of the thirty respondents overall to the set of questions asked in variable F1 - "The sports

manager", it is concluded that twenty-nine responded (agree), corresponding to 96.7%, and only one student had a neutral opinion, responding (neither agree nor disagree), corresponding to 3.3%. As a result, the data indicates that every student believes that sports managers have become more involved in organisations and the design of sporting venues and infrastructure. In reference to the findings from F2 - "Phenomenology," it is inferred that 100% of the students answered in the negative, meaning they all disagreed. This prompts us to think more deeply about the issue at hand: the students' responses revealed that they are largely ignorant of the notion of phenomenology and do not feel comfortable discussing it. However, they showed that when placed in any location, they were unable to relate the "sport management phenomena," especially those pertaining to "sport facilities." Stated differently, rather than viewing the world through the lens of our humanity, they ought to view our humanity through the lens of accounting for who we are and how we feel ourselves in a certain location. This prompts us to think more deeply about the issue at hand: the students' responses revealed that they are largely ignorant of the notion of phenomenology and do not feel comfortable discussing it. However, they showed that when placed in any location, they were unable to relate the "sport management phenomena," especially those pertaining to "sport facilities." Stated differently, rather than viewing the world through the lens of our humanity, they ought to view our humanity through the lens of accounting for who we are and how we feel ourselves in a certain location. Although the concept of phenomenology is not entirely entrenched in the students' brains, when questioned and oriented solely to the phenomenological realm of sport, opinions become more consistent. According to the data collected, respondents believe that the Phenomenological Space of Sport is based on perception of the space and surrounding images, as well as mental activities that have a direct or indirect influence on perception, development, and enrichment of the mental process, thereby actively contributing to sporting performance. On the other hand, the intuitive nature of the concept of essence and the preceptive features of objects are lauded. Regarding the results reached in F4 - "Future Challenges," it is concluded that for all thirty respondents, the computation of the questions posed yielded an agreement response. When asked about sports spaces as elements that enhance sport, 96.7% of responses were (agree) or (strongly agree). However, when we focus on accessibility to sports spaces and facilities, and if architectural barriers and sports practice are factored into the thought inherent in the core principles of accessible design for sports areas and spaces, 70.0% concur. In short, it is widely accepted that sports spaces are viewed as factors that improve athletic performance; the sustainable management of existing resources is regarded as the proper use and reuse of sports spaces, a dominant factor in the appeal of sports practice in these days current.

REFERENCES

- Almeida, D.; Santos, M. d.; Costa, A. F. B. (2010). Application of Cronbach's alpha coefficient to the results of a questionnaire to evaluate public health performance. XXX National Meeting of Production Engineering, Brazilian Association of Production Engineering São Paulo, v. 15, p. 1–12, 2010.
- Amorim, P. (2013). Phenomenology of architectural space. Nogueira da Silva Museum Redevelopment Project. Dissertation to obtain a master's degree in architecture. Covilhã. University of Beira Interior - Faculty of Engineering.
- Bale, J. (1993). Sports, space and the city. Cadwell: The Blackburn Press.
- Bastos, F. C. (2003). Sports administration: area of study, research and perspectives in Brazil. *Motrivivência*, São Cristovão, v.14, n.20-21, p.295-306.
- Batista, B., Moreira, E. V., Rodrigues, D., & Silva, F. P. (2021). *Data Collection Techniques in Research: Inquiry through questionnaires and/or Interviews* (1st ed.). Aveiro, Portugal: UA Editora. doi:10.34624/ka02-fq42
- Baker, H. (2000). *Le Corbusier: Analisis de la Forma*. Versión castellana de Santiago Castán, arq. ISBN: 84-252-1808-X
- Cambiaghi, S. (2007). *Universal Design: methods and techniques for architects and urban planners*. São Paulo: Ed. Senac S. Paulo.



- Cervo, A. L.; Bervian, P. A. (2002). Scientific methodology. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- Consiglieri, V. (1999). The Morphology of Architecture 1920-1970. Volume I 3rd ed. Editorial Estampa, Lisbon. ISBN: 972-33-1005-8.
- Collis, J.; Hussey, R. (2005). Management research: a practical guide for undergraduate and graduate students. 2nd ed. Porto Alegre: Bookman.
- Cunha, L. (2007). The Sports Space - Management for Human Development. Coimbra: Almedina Editions.
- Cunha, L. (1993). The concept of "space" and the various perspectives for its definition. Portuguese Society of Physical Education. FMH/UTL, SPEF Bulletin, no. 718 pp. 89-100.
- Cruz, I. H. (2017). Success stories in sports management: The path and profile of four managers. Masters dissertation. Faculty of Sports of the University of Porto.
- Frascareli, L. (2021). Being an athlete and sports performance: reflections from existential phenomenology. Dissertation presented to the University of São Paulo, Institute of Psychology, to obtain a doctorate in Psychology – School Psychology and Human Development. São Paulo.
- Frémont, A. (1976). The region and the lived space. Almedina, Coimbra.
- Husserl, E. (2012). Logical Investigations - Vol. 2 Part 1. Trans. Pedro Alves and Carlos Morujão. Adapt. for the portuguese language spoken in Brazil by Marco António Casanova Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Heidegger, M. (2006). Introduction to phenomenological research (GA17). Trans. Juan José García Norro. Madrid: Syntheses.
- IPDJ, (2016). Sports Facilities Licensing Manual. Lisbon: Portuguese Institute of Sport and Youth, IP. Sports Infrastructure Division.
- GIL, António C. (2006). Methods and techniques of social research. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Lazarus, R. & Folkman, S. (1984). Stress, appraisal and coping. New York: Springer.
- Lakatos, E. M., Marconi, M. A. (1991). Fundamentals of scientific methodology (3rd ed.). São Paulo: Atlas.
- Lopes, A. (1979). Regional Development - Issues, Theory, Models. 2nd Ed., Calouste Gulbenkian Foundation, Lisbon.
- Martínková, I. and Parry, J. (2012). Phenomenological Approaches to Sport. British Library Cataloging, Routledge Taylor and Francis Group. ISBN 978-0-415-69710-1 (Hbk), ISBN 978-1-138-85304-1 (pbk).
- Marandola Jr. (2012a). Heidegger and phenomenological thinking in Geography: on geographic modes of existence. Geography, Rio Claro, v.37, n.1.
- Marandola E. (2016). Identity and Authenticity of places: Heidegger's thought in Place and Placelessness by Edward Relph. Geography, Rio Claro, v.41, n.1, p.5-15.
- Merleau-Ponty, M. (1994). Phenomenology of perception. São Paulo: Martins Fontes. (Original text published in 1945).
- Neufert, P. (2013). Art of Designing in Architecture. (18th ed.). Brazil: Editora Gustavo Gili.
- Nesti, M. (2011). Phenomenology and Sport Psychology: Back to the things themselves! Sport Ethics and Philosophy. 5 (3); pp 285-296. DOI:10.1080/17511321.2011.602582.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill Publishing Company; 1978.
- Neiss, R. (1988). *Reconceptualizing arousal: Psychobiological states in motor performance*. Psychological Bulletin, 103, 345-366.
- Piaget, J. (1949). *La Construction Operatoire de L' Espace, Chapitre II, La Pensée Mathématique, vol I, Introduction à L' Epistemologia Génétique*. Paris: PUF.
- Possebon, E. (2004). Le Corbusier's Modulor: form, proportion and measure in architecture. Revista de Cultura IMAE, year 5, nº 11. Consulted on June 22, 2022. Available at: http://www.ufrgs.br/espamat/disciplinas/midias digitais_II/modulo_IV/numero_de_ouro.
- Relph, E. (1976). Place and placelessness. London: Pion.
- Ryle, G. (1976). Phenomenology. In Analytic philosophy and phenomenology, edited by H.A. Durfee. The Hague: Nijhoff.

Shapiro, S. S., & Wilk, M. (1965). An Analysis of Variance Test for Normality (Complete Samples). *Biometrika*, 52(3/4), pp. 591-611. Retrieved September 2022, from <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2333709>.

Sousa, M., & Baptista, C. (2014). How to carry out research, dissertations, theses and reports – according to Bologna (5th ed.). PACTOR.

Ventura, P. (2019). Architecture at the service of nautical tourism in Portugal, Contexts and Practices in a Tourist Country. Doctoral Thesis in Human Motricity in the specialty of Sociology and Sports Management, presented to the Faculty of Human Motricity - University of Lisbon, Lisbon.

Vilelas, J. (2020). Research - The Knowledge Construction Process (3rd ed.). Silabo Editions.

Recebido em: 01/12/2023

Aceite em: 03/03/2024

Endereço para correspondência:

Paulo Ventura

venturapjs@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0

Uso de *business intelligence* na gestão do esporte: os relatórios do IPIE

Use of business intelligence in sport management: IPIE reports

Uso de la inteligencia de negocios en la gestión deportiva: informes del IPIE

João Victor Moretti de Souza

Universidade Federal do Paraná, Brasil – joaomoretti@ufpr.br

Sabrina Furtado

Universidade Federal do Paraná, Brasil – sabrina.furtado@ufpr.br

Fernando Renato Cavichioli

Universidade Federal do Paraná, Brasil – cavicca@hotmail.com

Fernando Marinho Mezzadri

Universidade Federal do Paraná, Brasil – fmezzadri@uol.com.br

Abstract

A gestão das políticas públicas de esporte e lazer é uma área de estudo multifacetada, a qual compreende um dos campos ligado a gestão do esporte, com alta relevância para o contexto brasileiro. O ciclo das políticas públicas, composto por fases distintas e interligadas, baseia-se na utilização de dados e informações para subsidiar as tomadas de decisão de gestores e agentes ligados ao meio, a fim de maximizar a eficiência de programas e ações. Nesse sentido, a coleta de dados de forma metodológica e sistematizada, que permita o cruzamento de um alto volume de dados, pode beneficiar de forma assertiva o desenvolvimento de políticas esportivas em todo território nacional, bem como com a promulgação da Lei Geral do Esporte, endereça um requisito legal ligado a área no país. Este artigo tem como objetivo descrever os processos utilizados pelos pesquisadores do Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva (IPIE) na coleta de dados sobre o esporte brasileiro e a utilização de business intelligence (BI) como ferramentas para aprimoramento da gestão esportiva.

Keywords: Gestão; Esporte; Business Intelligence; Big Data.

Abstract

The management of public sports and leisure policies is a multifaceted area of study, which comprises one of the fields linked to sports management area, with high relevance for the Brazilian context. The public policy cycle, composed of distinct and interconnected phases, is based on the use of data and information to support the decision-making of managers and agents linked to the ao maximize the efficiency of programs and actions. In this sense, collecting data methodologically and systematically, which allows the crossing of a high volume of data, can assertively benefit the development of sports policies throughout the national territory, as well as with the promulgation of the General Sports Law, addresses a legal requirement linked to the area in the country. This article aims to describe the processes used by researchers from the Sports Intelligence Research Institute (IPIE) in collecting data on Brazilian sports and use of business intelligence (BI) as tools to improve sports management.

Keywords: Management; Sports; Business Intelligence; Big Data.

Resumen

La gestión de políticas públicas de deporte y ocio es un área de estudio multifacética, que comprende uno de los campos vinculados a la gestión deportiva, de alta relevancia para el contexto brasileño. El ciclo de las políticas públicas, compuesto por fases distintas e interconectadas, se basa en el uso de datos e información



para apoyar la toma de decisiones de gestores y agentes vinculados al medio ambiente, con el fin de maximizar la eficiencia de programas y acciones. En este sentido, la recolección de datos de manera metodológica y sistemática, que permita el cruce de un alto volumen de datos, puede beneficiar asertivamente el desarrollo de las políticas deportivas en todo el territorio nacional, así como con la promulgación de la Ley General del Deporte, aborda un requisito legal vinculado al área en el país. Este artículo tiene como objetivo describir los procesos utilizados por investigadores del Instituto de Investigaciones en Inteligencia Deportiva (IPIE) en la recopilación de datos sobre el deporte brasileño y el uso de inteligencia de negocios (BI) como herramientas para mejorar la gestión deportiva.

Palabras clave:

Gestión; Deporte; Inteligencia de Negocio; Big Data.

Introdução

A gestão de políticas esportivas, seja no sistema privado (sistema olímpico, clubes e demais associações) ou no sistema público através das instâncias federais, estaduais e municipais, congrega um elevado número de variáveis que acabam por tornar o planejamento, execução, gestão e avaliação dessas políticas bastante complexa (Bayle & Robinson, 2007; Figuerôa et al., 2014; Mezzadri, Lise, et al., 2020; Winand et al., 2010). Pesquisas acadêmicas ao longo das últimas décadas vêm analisando e debatendo as formas e metodologias adotadas por estes diferentes sistemas, buscando identificar os elementos relevantes no que tange a gestão eficiente e eficaz de tais entidades (Macedo, 2018; Millar & Stevens, 2012; M. M. Parent & Deephouse, 2007; Thompson et al., 2021; Winand et al., 2010), e também apontando princípios ligados a governança corporativa que impactam nos processos gerenciais e estratégicos das mesmas (Hoye, 2003; M. M. Parent & Hoye, 2018; Stenling et al., 2022).

No caso dos sistemas privados, é possível citar os estudos feitos por (Holt et al., 2018; M. Parent et al., 2019; Thompson & Parent, 2020) no contexto internacional, com o objetivo de verificar a efetividade da gestão de entidades como comitês e federações nacionais, ou então clubes. No contexto nacional, (Furtado et al., 2022; Almeida & Marchi Junior, 2011; Pilatti, 2000) avaliaram também confederações olímpicas e demais entidades, buscando verificar quesitos ligados a gestão e governança destas entidades. Os estudos citados, elencam como elemento relevante para a gestão destas entidades o uso de dados e evidências no planejamento e tomada de decisão sobre os rumos futuros destas entidades.

No contexto da gestão pública, (Filho & Francisco, 2019; Santos Da Rosa et al., n.d.; Silva et al., 2020) ao avaliarem diferentes instâncias de gestão do esporte (federal, estadual e municipal) concluíram que é indispensável para as entidades terem acesso a dados acerca do desenvolvimento de suas políticas. Tais informações, de acordo com os autores citados, são essenciais tanto para o processo de avaliação das políticas esportivas, quanto para a organização e planejamento das ações futuras.

A gestão do esporte também tem sido alvo do debate acerca dos princípios de transparência, prestação de contas, responsabilidade social e processos democráticos, apontados como pilares da governança entre entidades de gestão do esporte (Australia Sports Commission, 2012; Geeraert & van Eekeren, 2021; Hoye & Cuskelly, 2007; Shilbury & Ferkins, 2020). Nesse sentido, autores apontam que a adoção de tais princípios por parte das entidades esportivas podem fortalecer a gestão das mesmas (M. M. Parent & Hoye, 2018; Shilbury & Ferkins, 2011), bem como garantir uma maior segurança nas relações entre a entidade e seus stakeholders (Ferkins et al., 2016; Leopkey & Parent, 2015; Shilbury et al., 2013), e aumentar os níveis de confiabilidade da sociedade nestas organizações (Lehtonen et al., 2021; Mehta, 2018; Thing & Ottesen, 2010).

O contexto acima apresentado, retrata a relevância que uma base de informações e dados possui dentro da gestão do esporte, seja ela no âmbito público ou privado. Embora tal relação esteja

evidenciada na literatura, o acesso a dados acerca da gestão do esporte no Brasil, ainda é escasso (Mezzadri et al., 2020). Dessa forma, buscando oferecer suporte e acesso a dados e informações para o planejamento e desenvolvimento das políticas de esporte, este artigo tem como objetivo descrever os processos utilizados pelo Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva (IPIE) na coleta de dados e alimentação de relatórios *business intelligence* (BI) como ferramentas para aprimoramento da gestão esportiva brasileira.

Bases teóricas

Ao se adotar a teoria do ciclo das políticas públicas (Secchi, 2012), é possível analisar a gestão de tais políticas a partir de seis elementos distintos e cíclicos. Inicialmente, esse ciclo possui como um de seus pontos cruciais, a identificação do problema público e consequentemente dos agentes, elementos, causas e variáveis ligados a ele. Nesse sentido, os autores argumentam que sem que haja acesso a tais informações (dados), o processo inicial de proposição de uma política já se torna falho, e em decorrência todas as demais etapas (inclusão da agenda política, tomada de decisão, planejamento, monitoramento e avaliação) também podem ser afetadas (Saravia e Ferrarezi, 2007; Raeder, 2014). Embora, grande ênfase nos estudos acerca das políticas públicas tenha se dado na etapa de avaliação da mesma (Frey, 2000), a qual de fato poderá fornecer dados que subsidiarão a tomada de decisão de gestores, é necessário também olhar as demais etapas enquanto elementos constituintes de um ciclo, sendo a coleta de dados parte fundamental para uma análise bem-sucedida da política pública (Mezzadri et al., 2015).

Partindo do princípio de que a análise das políticas públicas é algo importante para o aprimoramento das ações realizadas durante o ciclo de vida de uma política, principalmente com o olhar sobre a fase de implementação das mesmas (Frey, 2000), entende-se que a utilização de dados e informações são fundamentais para o fornecimento de subsídios para as tomadas de decisão, podendo os dados levantados serem utilizados de diversas formas para se entender o esporte (Morgulev et al., 2018). Os dados coletados, repassados para os setores de gestão das entidades, dando suporte para as decisões, podendo funcionar como solução de problemas como distribuição incorreta de recursos públicos (Shuangming, 2018).

Conforme apontado por Mendes (2013), houve no Brasil um aumento do interesse em pesquisas sobre políticas públicas nos últimos anos, porém o autor aponta também as deficiências de organização das entidades de administração, notadamente com relação aos dados. Nesse sentido, o trabalho realizado pelo IPIE, como em Mezzadri et al. (2020), busca sistematizar informações sobre o esporte nacional, ainda cientes da pouca integração entre as descobertas produzidas pelo meio acadêmico e a implementação no mundo prático (Viveiros et al., 2015).

Já ao se pensar nos processos gerenciais de entidades privadas de gestão do esporte, os elementos estruturais, operacionais e estratégicos que o delimitam (Furtado et al., 2022; O'Brian & Parent, 2019), também requerem um embasamento em dados e informações para o desenvolvimento de ações e projetos bem-sucedidos. Ao se tomar como base o processo de planejamento de entidades privadas, o mesmo tem como ponto de partida o diagnóstico, onde uma avaliação de variáveis internas e externas devem ser executadas a fim de se obter uma ampla compreensão do contexto em que tal entidade está inserida (O'Brian et al., 2019).

No processo de coleta de informações e dados sobre entidades esportivas como confederações, federações, clubes e associações, Truyens et al., (2014) compilaram 10 itens que se relacionam com a capacidade organizacional das entidades, e que estariam relacionadas ao sucesso destas entidades em seus objetivos finalísticos. No mesmo sentido, Bayle & Robinson (2007) também avaliaram fatores ligados a performance gerencial das entidades esportivas privadas relevantes para o sucesso das mesmas. Dentre os fatores elencados por ambos os autores citados, é relevante aqui salientar os elementos ligados a capacidade da entidade em obter financiamento; a profissionalização dos colaboradores da entidade e os mecanismos de governança adotados por elas. Tais fatores,



de acordo com os autores devem ser monitorados a fim de que a entidade possa minimizar suas fraquezas e potencializar os elementos positivos de sua gestão.

Truyens et al. (2014), ainda salientam que é imprescindível para a organização monitorar também informações sobre a base de praticantes (atletas) ligados a entidade, possuir um sistema de monitoramento e detecção de talentos, possuir instalações esportivas ativas, e propiciar aos atletas um suporte a carreira e programas de treinamento e educação de longo prazo. Complementar a proposta feita pelos autores, Bayle & Robinson (2007), indicam que um dos pontos que podem inibir o bom desempenho da gestão destas entidades, é então não possuir um bom sistema de monitoramento e coleta de dados sobre os programas e ações desenvolvidos pela entidade, o que reforça a relevância e necessidade de um banco de dados atualizado.

É possível relacionar a teoria apresentada acima, com casos práticos identificados no país. Como por exemplo, no caso da gestão pública do esporte no Brasil, onde o relatório de “Gestão do Esporte nos Estados e Municípios - GEEM”, identificou que dos 2.234 municípios cadastrados, cerca de 70% não possuem um sistema de avaliação das ações implementadas pelo órgão, embora os gestores desses mesmos municípios avaliem o uso de tais informações como importantes (IPIE, 2023). Tais achados evidenciam o problema da falta de informações nesse cenário. Já no tocante especificamente as entidades privadas, Furtado et al. (2022) verificou que entre as confederações filiadas ao sistema olímpico brasileiro, apenas 4 utilizam dados e evidências no processo de planejamento e tomada de decisão da entidade.

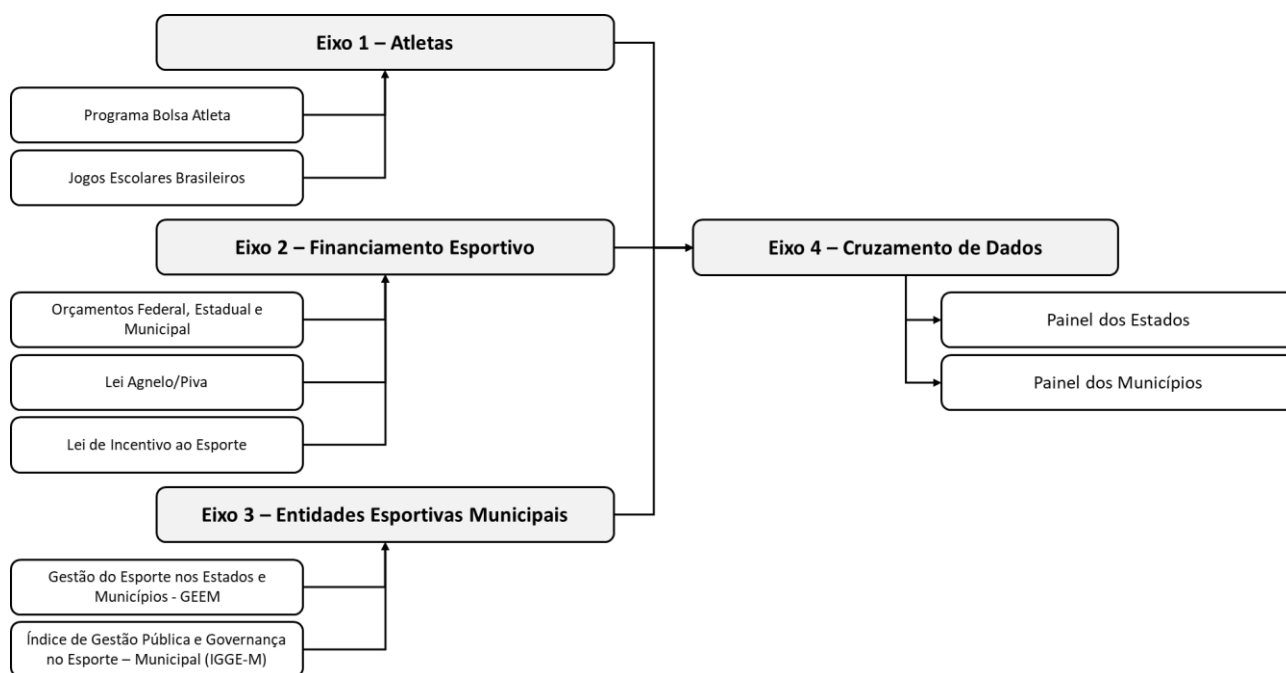
Metodologia

Trata-se de um trabalho descritivo, com principal objetivo de demonstrar os caminhos metodológicos e os procedimentos adotados pelo IPIE no desenvolvimento de relatórios dinâmicos em Microsoft Power BI para auxiliar gestores esportivos brasileiros no que se refere ao acesso de dados consolidados, para a tomada de decisão baseada em tais dados. Sendo assim, este artigo trará o descritivo processual de coleta de dados e processos de organização para posterior divulgação dos dados encontrados.

Os relatórios desenvolvidos pelo IPIE se baseiam em quatro eixos fundamentais, para a coleta e divulgação dos dados, sendo este artigo desenvolvido da mesma forma, sendo: (1) Atletas; (2) Financiamento Esportivo; (3) Entidades Esportivas Municipais e; (4) Cruzamento de Dados. No eixo atletas são considerados os investimentos realizados de forma direta ao atleta, por meio do Programa Bolsa Atleta, do Governo Federal, e os resultados obtidos pelos atletas nos Jogos Escolares Brasileiros (JEBs). O eixo financiamento esportivo leva em consideração repasses financeiros públicos para entidades esportivas ou administração pública. O terceiro eixo é baseado na pesquisa Gestão do Esporte nos Estados e Municípios (GEEM) (Mezzadri, Santos-Lise, et al., 2020), desenvolvida pelo IPIE. E, por fim, o quarto eixo realiza a junção de todas essas informações, com cruzamento de dados.

O diagrama a seguir apresenta o fluxo dos dados coletados em cada eixo, bem como o direcionamento dado para a criação do quarto eixo.

FIGURA 1 - Diagrama dos Eixos de dados do IPIE



Fonte: Desenvolvido pelos autores (2023)

Neste primeiro momento, será descrito o método de coleta de dados de cada um dos itens que compõem os eixos de 1 a 3, na sequência, serão apresentados em análise e discussão, os pontos selecionados para a criação dos relatórios BI e as decisões metodológicas para os cruzamentos de dados disponibilizados ao público.

Eixo 1 – Atletas

O Eixo 1 é segmentado em duas amostras de dados principais, com o Programa Bolsa Atleta e os Jogos Escolares Brasileiros. Estes dados possibilitam a criação de dados sobre o desempenho esportivo nas diferentes regiões do país, sendo o Bolsa Atleta uma política pública de apoio direto ao atleta, beneficiando aqueles que obtiveram resultados esportivos relevantes no ano anterior (Moretti de Souza, 2021), enquanto os Jogos Escolares Brasileiros reúnem atletas em idade escolar em competição nacional (Kiouranis, 2017).

Os dados do Programa Bolsa Atleta foram coletados por meio de pesquisa no Diário Oficial da União, com limpeza e tratamento das informações em posterior conferência com bases de dados enviadas pela coordenação geral do Programa Bolsa Atleta, do Ministério do Esporte, repassados aos pesquisadores do IPIE. Os dados de 34.678 atletas beneficiados pela política pública federal entre os anos de 2005 e 2023, correspondendo à 96.165 bolsas contempladas, foram catalogados em planilhas de Excel, partindo do CPF dos atletas como variável dependente.

Considerando as bases de dados disponibilizadas pelo Ministério do Esporte, dados entre 2005 e 2009 apresentam menor riqueza de informações, com dados entre 2010 e 2023 sendo mais completos. Constam no levantamento de dados nome do atleta, data de nascimento (convertida em idade), ano da bolsa, categoria de bolsa, valor da bolsa previsto, valor de bolsa pago, categoria etária de bolsa, modalidade, tipo de modalidade, local de nascimento, local de residência, sexo do atleta, raça, nível de escolaridade e recebimento de outro patrocínio.

Estes dados são atualizados quando ocorre publicação de novas listas de contemplados por parte do Ministério do Esporte, com solicitação dos dados à coordenação geral do Programa Bolsa Atleta, bem como com a conferência da publicação em Diário Oficial da União.



Os dados dos Jogos Escolares Brasileiros tiveram como fonte de dados documentos oficiais de divulgação: Regulamentos geral das competições; Relatórios e boletins finais dos resultados dos JEBs contendo informações sobre modalidade disputada, nome da escola, tipo da escola (pública ou privada), cidade e estado e nome aluno participante. O período de coleta corresponde aos anos de 2005 a 2019, com dados complementares de tipo de disputa, categoria etária e naipes (masculino, feminino ou misto).

Nos dados do JEBs não foi possível a coleta dos CPFs dos atletas, portanto o controle das informações é feito pelo nome completo do atleta, em conjunto com modalidade e ano da representação. Foram considerados apenas os atletas medalhistas na etapa nacional da competição, totalizando 5.981 atletas e 10.085 medalhas.

Eixo 2 – Financiamento Esportivo

Os dados de financiamento esportivo coletados pelo IPIE compreendem o repasse de recursos público para entidades brasileiras, tendo a Lei Agnelo/Piva (ou Lei das Loterias) e a Lei de Incentivo ao Esporte como principal foco, além dos orçamentos destinados ao esporte no nível federal, estadual e municipal da administração pública.

A Lei Agnelo/Piva (Lei nº 10.264/2001) destina parte dos recursos arrecados por meio do produto da arrecadação das loterias para o esporte, com os percentuais sendo definidos por meio da Lei 13.756/2018. Estes recursos são repartidos entre as entidades de administração do esporte, com o IPIE realizando a coleta de tais dados por diferentes fontes. Inicialmente, os dados de repasses efetuados para Comitê Olímpico do Brasil (COB), Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB), Comitê Brasileiro de Clubes (CBC), Comitê Brasileiro de Clubes Paralímpicos (CBCP), Confederação Brasileira de Desporto Universitário (CBDU), Confederação Brasileira de Desporto Escolar (CBDE), Confederação Nacional dos Clubes (FENACLUBES), clubes de futebol, secretarias estaduais de esporte e o próprio Ministério do Esporte são coletados por meio dos balanços publicados pela Caixa Econômica Federal, entidade responsável pelos repasses. O detalhamento da destinação desses recursos é feito posteriormente.

Do recurso destinado ao COB, é realizada pesquisa nos balanços financeiros disponibilizados pela entidade em seu site oficial, onde é buscado o valor repassado para cada um das Entidades Nacionais de Administração do Desporto (ENADs). Entre os anos de 2002 e 2020 foi possível o detalhamento da destinação em cada entidade, verificando-se se o recurso foi despendido em competições, desenvolvimento, manutenção, manutenção de atletas, preparação técnica e recursos humanos.

O detalhamento dos recursos do CBC é realizado por meio de planilha enviada ao IPIE pelo próprio Comitê, com nome do clube beneficiado, edital, valor repassado e eixo de investimento, sendo Materiais e Equipamentos Esportivos, Recursos Humanos e Competições. Estes dados são complementados com estado da sede do clube.

Já a coleta de dados da Lei de Incentivo ao Esporte (Lei nº 11.438/2006) é realizada por meio de painel disponibilizado pelo Ministério do Esporte em site próprio, onde são coletados dados dos projetos com captação realizada como previsto na lei. Os dados são repassados para planilhas do Excel pelo IPIE, contendo CNPJ do proponente, razão social do projeto, nome do projeto, objeto do projeto, número do projeto, quantidade de beneficiados, manifestação (educacional, formação, participação ou rendimento), modalidades atendidas, tipo de projeto (desportivo ou paradesportivo), ano de apresentação do projeto e localidade do proponente. Também constam dados dos incentivadores, com CNPJ ou CPF parcial, razão social (em caso de pessoas jurídicas), localidade do incentivador, data da doação e valor doado. Pelo número do projeto, é buscado posteriormente, ainda no painel disponibilizado, a destinação do projeto, sendo atividade regular, atividade esportiva, obra ou evento.

Constam no levantamento 7.259 projetos com captação entre os anos de 2007 e 2023, de 2.184 proponentes distintos e 81.363 doações. Foram cadastradas 7.352 pessoas jurídicas diferentes que realizaram doações, não sendo possível contabilizar as pessoas físicas, pelo fato do CPF disponibilizado ser parcial.

Finalizando os dados de financiamento, as informações relativas aos orçamentos das esferas federativas foram coletadas do portal SIGA Brasil, quando da esfera federal, e do portal da Secretaria do Tesouro Nacional, para esfera estadual e municipal. Os dados tratam dos recursos orçamentários empenhados da função “27 – Desporto e Lazer” e de suas respectivas subfunções. Além do orçamento destinado ao esporte, também foi coletado o orçamento total de cada ente (governos federal, estaduais e municipais), para cálculo do percentual orçamentário destinado ao esporte em cada um dos níveis.

Foram catalogadas em planilhas do Excel os dados das três esferas separados por ano, com os dados da esfera estadual com separação por unidade da federação e os municipais separados por município. Dentre as subfunções contidas na Função 27 contam: 27.122 – Administração Geral; 27.811 – Desporto de Rendimento; 27.812 – Desporto Comunitário; 27.813 – Lazer e; demais subfunções somadas. Este detalhamento foi realizado nas três esferas, com dados coletados de 2002 a 2022.

Eixo 3 – Entidades Esportivas Municipais

O terceiro eixo de dados do IPIE é baseado em pesquisa realizada pelo próprio instituto, intitulada Gestão do Esporte nos Estados e Municípios (GEEM)(Mezzadri, Santos-Lise, et al., 2020). Nela, dados referentes à gestão, governança e políticas públicas dos municípios é coletada por meio de instrumento desenvolvido pelo IPIE diretamente com as entidades municipais responsáveis pelo esporte.

No momento da confecção deste artigo, 2.248 municípios brasileiros haviam respondido total ou parcialmente o questionário, o que representa 40,36% do país. A pesquisa conta com aproximadamente 270 questões, baseadas em 6 dimensões, sendo: natureza da entidade; governança; recursos humanos; políticas públicas; instalações e; cultura esportiva. Essas questões geram um panorama da administração pública municipal do esporte.

Os dados coletados por meio do sistema desenvolvido pelo IPIE são transferidos para uma planilha de Excel, onde é feita limpeza dos dados, como retirada de duplicações e de usuários administrativos (ou seja, aqueles que não são os gestores responsáveis pelas entidades).

Parte dos dados coletados pelo GEEM foram criados para o desenvolvimento do Índice de Gestão Pública e Governança no Esporte – Municipal (IGGE-M), que é uma medida síntese pensada para resumir o grau de maturidade em gestão e governança pública nos municípios brasileiros no que se refere ao esporte. O Índice tem como objetivo mensurar comparativamente os municípios brasileiros, os posicionando em um ranking, de acordo com a nota recebida.

Os dados de 38 questões divididas em quatro dimensões compõem essa medida síntese. Em relação a tais dimensões, na natureza do órgão público que faz a gestão do esporte no município busca-se observar o grau de autonomia, o status organizacional da área do esporte na administração municipal e a descentralização administrativa (considerada positiva, caso exista). Na dimensão de pessoas é baseada na governança, uma vez que constitui capacidade estatal fundamental para que a administração dos instrumentos de governança seja conduzida de maneira competente e com a técnica adequada. A dimensão planejamento diz respeito a estrutura organizacional do órgão gestor do esporte no âmbito municipal, mecanismos de planejamento estratégico e divulgação dos mesmos, participação e avaliação do planejamento. A dimensão transparência e controle social, na parte de transparência envolve elementos especialmente relacionados a publicização de dados da gestão do órgão responsável pelo esporte, quais os canais utilizados, se há prestação de contas e canais de



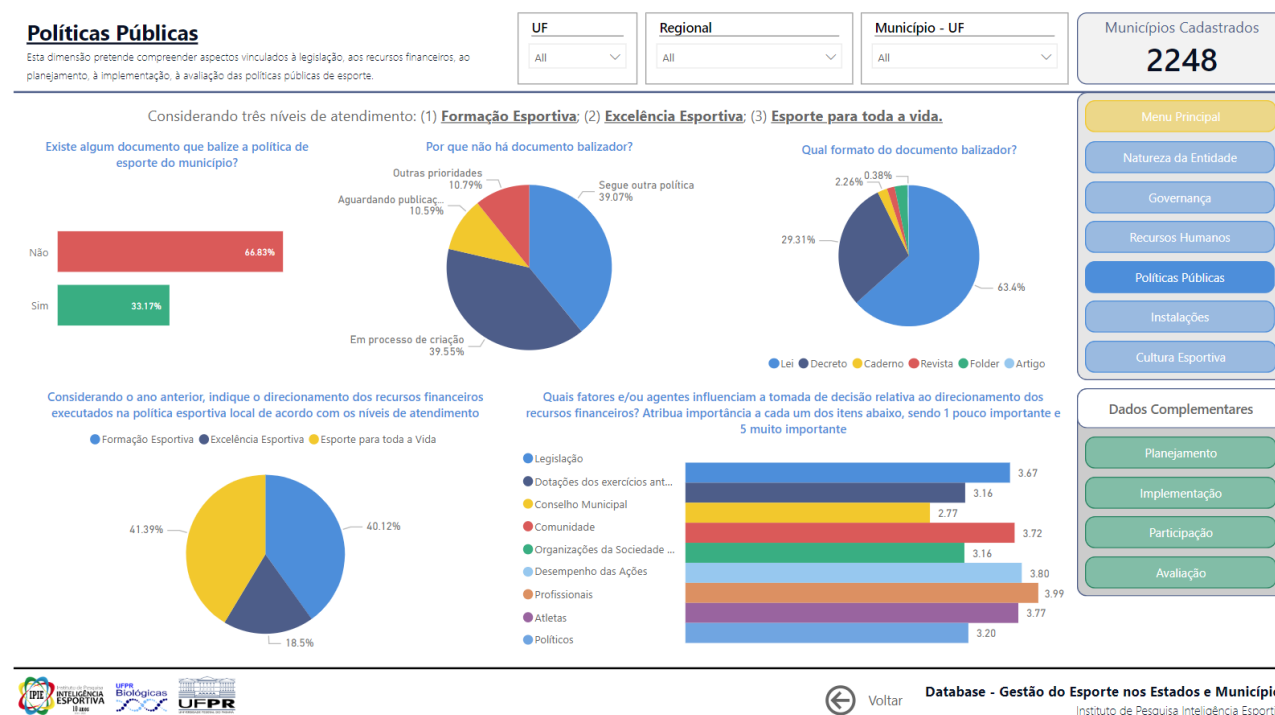
ouvidoria. Quanto ao controle social, os indicadores estão relacionados a existência, funcionamento, composição e natureza de conselho municipal de esporte.

Análise via cruzamento de dados

Como forma de extrapolar o meio acadêmico, buscou-se a divulgação dos dados por meio dos relatórios BI a partir de 2019. Nesse sentido, o IPIE passou a utilizar ferramentas de *business intelligence* para divulgação dos dados coletados desde 2013, ano de criação do instituto. Nesse sentido foi desenvolvido relatório BI com os dados do GEEM, para que os gestores municipais pudessem visualizar os dados preenchidos no instrumento, de forma comparativa com outros municípios.

O relatório apresenta uma seleção das 270 questões, disponibilizadas de forma a facilitar a compreensão das informações, separadas nas seis dimensões previstas no GEEM, com foco em questões que possam auxiliar os gestores nas tomadas de decisão. A utilização de filtros possibilita que o gestor selecione estado, regional e município, para detalhar os dados visualizados.

FIGURA 2 - Tela de Políticas Públicas do Relatório BI GEEM



Fonte: Disponível em <http://www.inteligenciaesportiva.ufpr.br/site/bi-geem/>

Da mesma forma, foram desenvolvidos relatórios BI específicos para o Programa Bolsa Atleta, Jogos Escolares Brasileiros, Financiamento Esportivo e IGGE-M, disponibilizados no site próprio do IPIE¹, com acesso livre. Os levantamentos de dados descritos anteriormente possibilitam a criação de uma compilação das informações partindo de variáveis comuns.

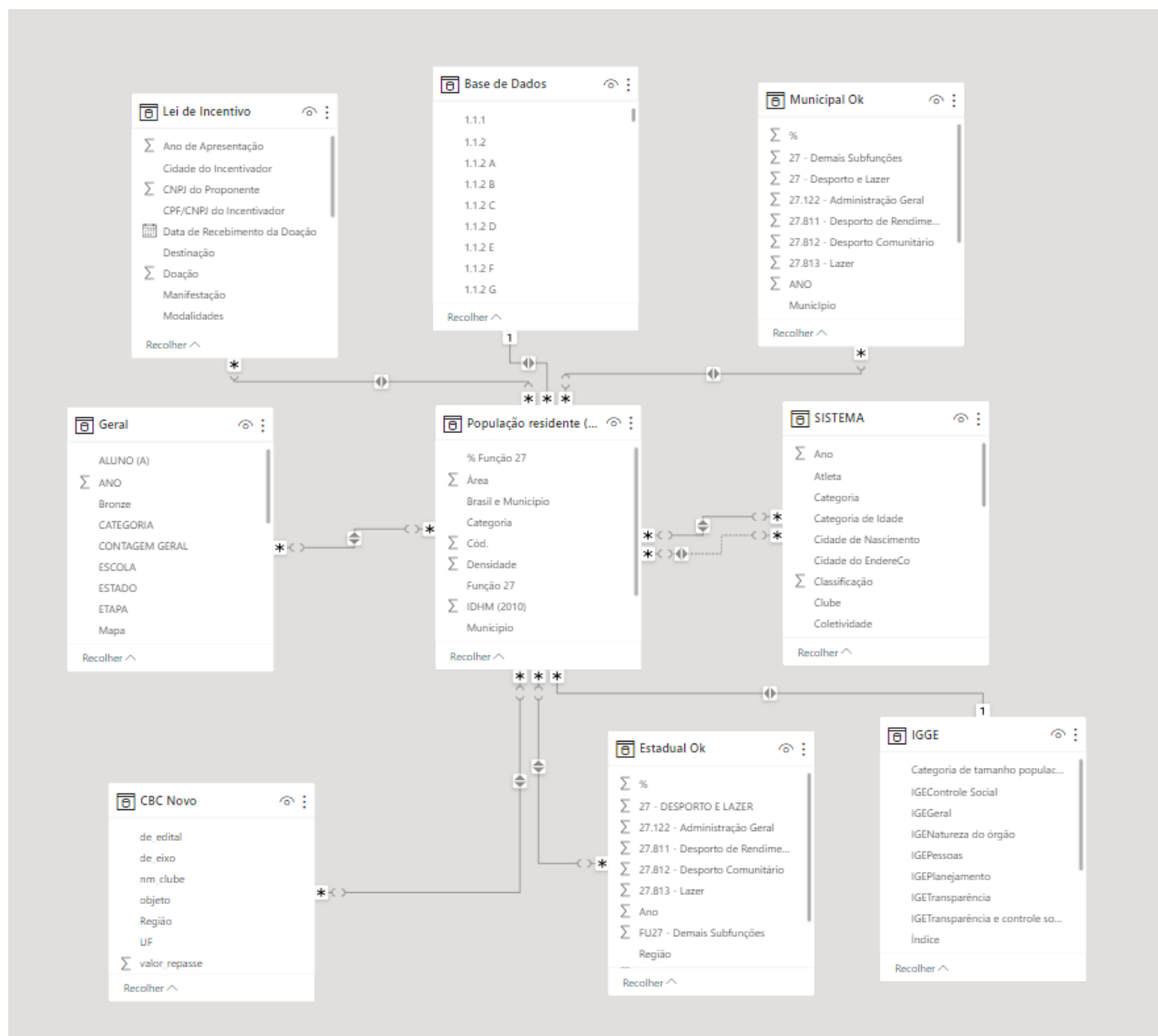
Os relatórios Painel dos Estados e Paineis dos Municípios apresentam essa compilação de dados, partindo de variáveis comuns aos levantamentos. O primeiro relatório parte da unidade da federação para compilar os dados, enquanto o segundo parte do município, sendo possível em ambos visualizar de forma filtrada os dados específicos de uma unidade selecionada. A padronização

¹ Disponível em: <<http://www.inteligenciaesportiva.ufpr.br/site/nossos-relatorios-de-bi/>>

para o cruzamento foi feita com utilização de escrita idêntica nas várias bases de dados, sem utilização de caracteres especiais no nome dos municípios, além da utilização das bases de dados do IBGE para confirmação de informações.

Para a criação dos relatórios BI, foram utilizadas as ferramentas Microsoft Power BI e Microsoft Power Query, além das planilhas em Excel como base. O tratamento contínuo dos dados é realizado pelos pesquisadores do IPIE, para que a padronização adotada seja adotada em todos os levantamentos realizados. A figura abaixo é o modelo de cruzamento de dados utilizado no Painel dos Municípios, servindo para ilustrar as relações entre as várias bases de dados que geram os painéis.

FIGURA 3 - Modelo de relação de dados no Microsoft Power BI



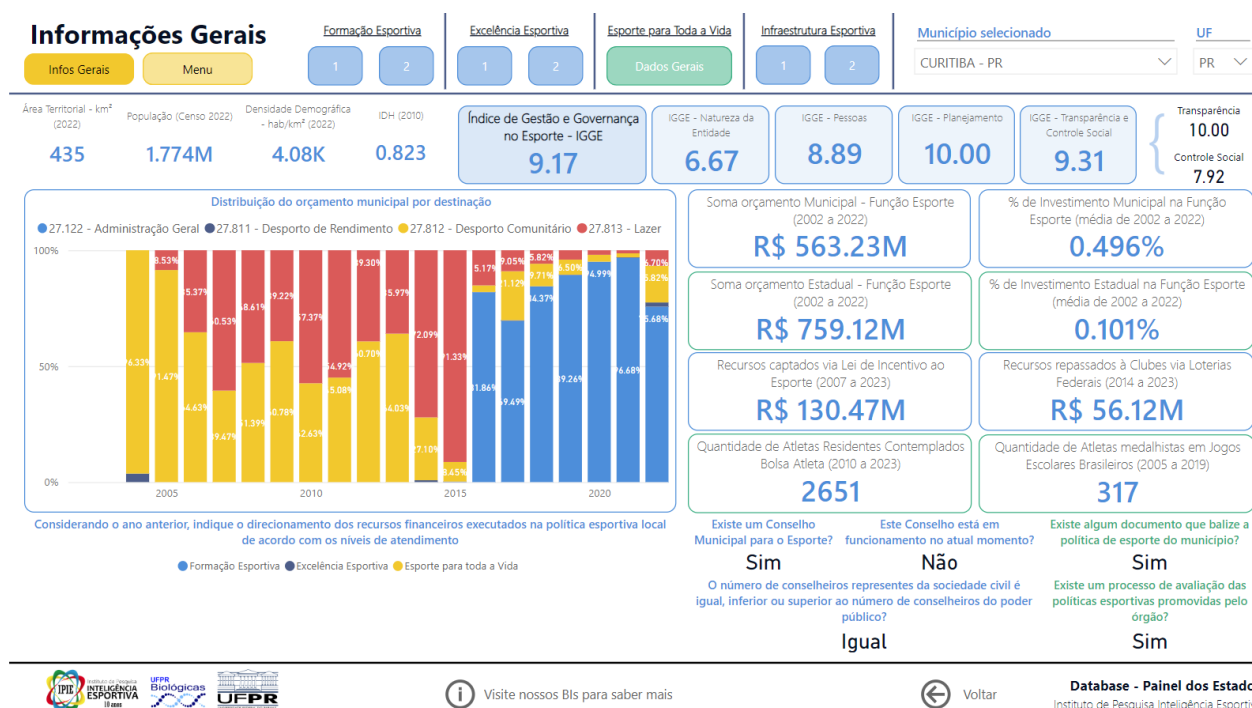
Fonte: retirado da ferramenta Microsoft Power BI

Na figura, a variável dependente utilizada é “Município – UF”, que consta em todas as bases utilizadas. Isso possibilita o cruzamento dos dados nos filtros utilizados, partindo de uma informação comum para a apresentação do que é relacionado ao filtro. A intenção deste painel e do Painel dos Estados é que o gestor esportivo tenha acesso as várias fontes de dados coletadas pelo IPIE em apenas um ambiente, podendo assim utilizar os dados de maneira rápida e intuitiva, considerando que as fontes primárias de dados não são de simples acesso, mesmo que disponibilizadas de forma pública.



Sendo assim, são disponibilizados no site do IPIE os dois relatórios BI com tais compilações de dados, de forma pública e com acesso livre, conforme demonstrado na figura abaixo, com os dados do município de Curitiba, PR.

FIGURA 4 - Visualização dos dados de Curitiba (PR) no Painel dos Municípios

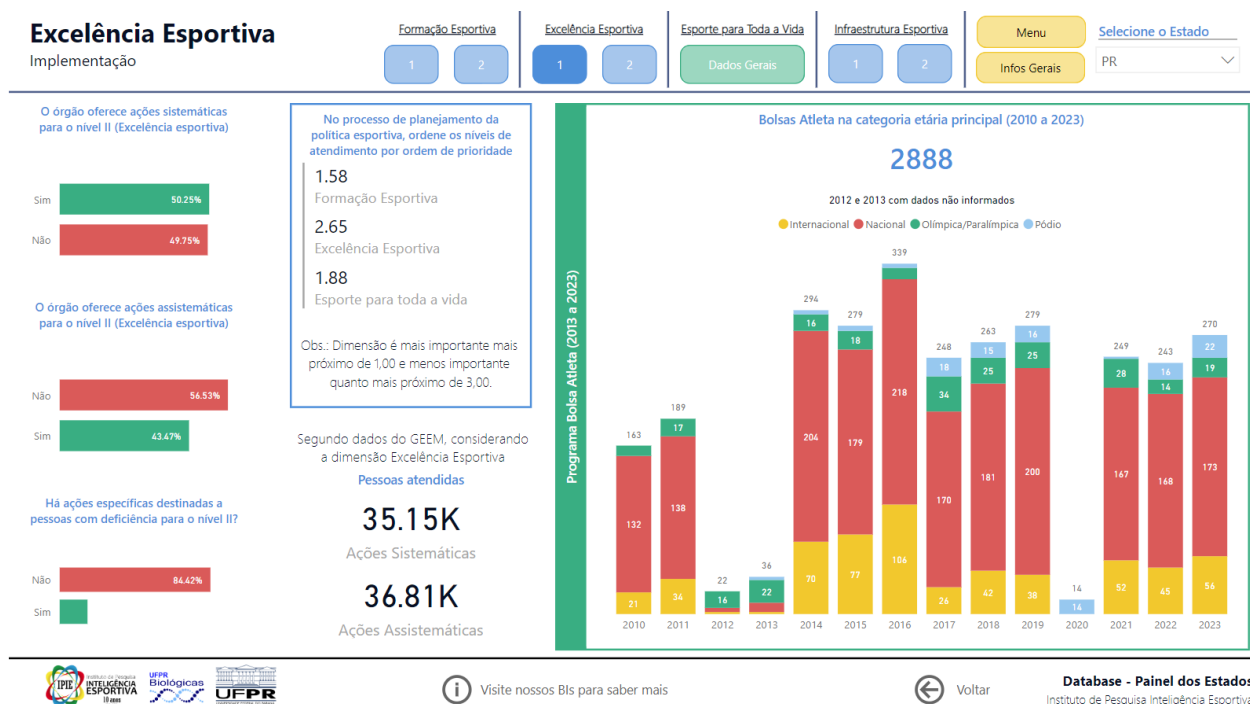


Fonte: Disponível em <http://www.inteligenciaesportiva.ufpr.br/site/painel-dos-municipios/>

A visualização apresenta os dados coletados do Censo 2022 do IBGE, nota obtida pelo município no IGGE-M, dados relativos ao orçamento municipal voltado ao esporte, com percentual destinado ao esporte e gráfico de distribuição por manifestação. Também é colocado valor destinado pelo estado, como forma de referência, e dados da Lei de Incentivo ao Esporte, Clubes localizados no estado, quantidade de atletas contemplados pelo Programa Bolsa Atleta residentes no município e quantidade de medalhas conquistadas por atletas do município nos Jogos Escolares Brasileiros, além de respostas dadas pelo gestor na pesquisa GEEM.

Considerando as manifestações esportivas determinadas pela Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023), o gestor pode visualizar dados específicos de formação esportiva, excelência esportiva, esportiva para toda a vida, bem como dados de infraestrutura contida no município. A mesma lógica é aplicada ao Painel dos Estados, com os dados sendo filtrados pela unidade da federação, como pode ser visualizado na figura abaixo, com os dados de excelência esportiva no estado do Paraná.

FIGURA 5 - Dados de excelência esportiva no estado do Paraná



Fonte: Disponível em <http://www.inteligenciaesportiva.ufpr.br/site/bi-painel-dos-estados/>

Discussão

Os dados levantados pelo IPIE servem como base para produção acadêmica de seus pesquisadores, como em trabalhos específicos do Programa Bolsa Atleta (Camargo et al., 2020; Camargo, 2020; Camargo & Mezzadri, 2017; Costa et al., 2021; Dias et al., 2016; Moretti de Souza, 2021; Moretti de Souza et al., 2023; Ordonhes et al., 2016; Vargas et al., 2022), Jogos Escolares Brasileiros (Kiouranis, 2017; Kiouranis et al., 2022), financiamento esportivo (Castro et al., 2019; Castro, 2016; Cavalieri et al., 2023; de Castro et al., 2023; Schaustek de Almeida et al., 2018). O esporte brasileiro e suas características também é tema constante de pesquisas na área (Mezzadri et al., 2015; Moraes e Silva et al., 2016), também utilizando os conhecimentos adquiridos por meio dos levantamentos de dados para tal.

Nesse sentido, a coleta de dados realizada pela comunidade acadêmica pode ser utilizada para subsidiar também gestores nas vivências práticas da gestão esportiva. É neste ponto que a disseminação de conhecimento se torna importante, para que os dados coletados extrapolem o meio acadêmico e atinjam o objeto de estudo, como ferramenta de auxílio.

A compilação dos dados do esporte nacional, com criação de instrumentos para aprimorar o conhecimento sobre a gestão municipal e a disponibilização dos dados ao público parte desse princípio da divulgação dos dados, baseado na transparência vista como essencial para uma boa gestão, sendo o meio acadêmico parte do sistema esportivo.

Considerando a escassa integração entre os agentes decisores e o meio acadêmico, entende-se que o trabalho realizado na coleta e sistematização de dados, feito de maneira constante e seguindo os padrões metodológicos descritos neste artigo, possibilita a diminuição da distância entre os gestores esportivos e a produção científica, algo já realizado de maneira prática pelo IPIE em ação como “O Esporte Que Queremos”², parceria entre o Instituto e Secretaria de Estado do Esporte

² Informações disponíveis em: < <https://www.esporte.pr.gov.br/Pagina/O-Esporte-Que-Queremos> >



do Paraná, que utiliza dados sistematizados para capacitação de gestores e subsidia o órgão público com informações para tomadas de decisão.

Com a promulgação da Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023), foi instituído no país o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Esportivos (SNIIE), que tem como parte de seus objetivos coletar, sistematizar e interpretar dados, demonstrando a importância do conhecimento na gestão esportiva nacional. Nesse sentido, a utilização de um método sistematizado de coleta de dados, e, principalmente, a organização e cruzamento das informações coletadas se faz importante para que as tomadas de decisão sejam assertivas e com direcionamento de recursos públicos (e privados) feita de forma efetiva e sem dispêndio desnecessário, em um universo de recursos escasso.

O cruzamento de dados possibilitado pelo uso de ferramentas de *bussiness intelligence* favorece a implementação de um sistema esportivo efetivo, com ampliação do entendimento do esporte em suas diferentes esferas e possível identificação de sobreposição de funções. Neste ponto ainda é necessária evolução das coletas de dados, para que sejam integrados dados privados e das três esferas de governo, para uma visão ainda mais precisa do sistema existente no país.

Considerações finais

Em se tratando de um artigo descritivo da metodologia de trabalho aplicada pelo Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva, entende-se que a contribuição deixada por este texto é a apresentação do método de utilização dos dados coletados, bem como a implicação do uso de tais dados para a gestão do esporte nas entidades públicas e privadas no país. Ressalta-se também que a disseminação do conhecimento adquirido pelos pesquisadores do IPIE é um dos pontos relevantes da existência de tal instituto. Considera-se que o esporte nacional será aprimorado por meio de trabalho conjunto de pesquisadores e gestores da área, tendo a sistematização dos dados como fonte de informação robusta para produção de conteúdo que possa ser utilizado para o avanço esportivo brasileiro, principalmente do ponto de vista da gestão e governança.

O avanço da utilização de tecnologias da informação na gestão e a quantidade de dados disponíveis gera pontos positivos e negativos, possibilitando o aumento na produção de conteúdo, ao mesmo tempo que cria uma infinidade de dados de difícil interpretação e análise, sendo essa disseminação fundamental para que haja o maior processamento e aproveitamento das informações coletadas. Como previsto na Lei Geral do Esporte, o próximo passo para o desenvolvimento do esporte brasileiro consiste em uma sistematização de informações e indicadores, tornando a coleta sistemática e contínua essencial.

Como limitação deste artigo, apresenta-se a necessidade de ampliação da discussão sobre a utilização dos dados, mesmo considerando ser um trabalho descritivo de procedimentos, entende-se que é primordial a ampliação da discussão sobre o uso de dados para tomadas de decisão.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

Referências

Australia Sports Commission. (2012). Sports Governance Principles.

Bayle, E., & Robinson, L. (2007). A Framework for Understanding the Performance of National Governing Bodies of Sport. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 249–268. <https://doi.org/10.1080/16184740701511037>

Camargo, P. R. de, Santos, T. de O., Oliveira, A. P. V. de, Quaranta, A. M., & Mezzadri, F. M. (2020). O financiamento público ao atleta paralímpico no Brasil: o Programa Bolsa-Atleta estimula a permanência e a melhoria dos resultados esportivos? *Research, Society and Development*, 9(12), e18691210970. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i12.10970>

Camargo, P. R. (2020). O PROGRAMA BOLSA-ATLETA: DESENVOLVIMENTO DA PERFORMANCE ESPORTIVA E POLÍTICA DE WELFARE STATE CURITIBA 2020. UFPR.

Camargo, P. R., & Mezzadri, F. M. (2017). As características de distribuição de bolsas no programa bolsa-atleta referentes à idade e ao sexo dos atletas olímpicos e paralímpicos (Issue 2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5380/jlasss.v8i2.59190>

Castro, S. B. E. de, Scarpin, J. E., & Souza, D. L. de. (2019). Ciclo orçamentário e prioridades das políticas federais para o esporte e lazer no Brasil (2004-2011). *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 33(4), 531–549. <https://doi.org/10.11606/1807-5509201900040531>

Castro, S. B. E. (2016). Políticas públicas para o esporte e lazer e o ciclo orçamentário brasileiro (2004-2011): Prioridades e distribuição de recursos durante os processos de elaboração e execução orçamentária. UFPR.

Cavalieri, M. A. R., Castro, S. B. E. de, Starepravo, F. A., & Mezzadri, F. M. (2023). Public sport funding in Brazil under the light of the punctuated equilibrium theory: the role of states (2002–2018). *World Leisure Journal*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2196259>

Costa, I. P., Costa, C., Ordonhes, M. T., Zamboni, K. J., & Cavichioli, F. R. (2021). O programa brasileiro Bolsa-Atleta: relações entre o investimento e os resultados esportivos entre 2005-2016. *Research, Society and Development*, 10(3), e10910312699. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i3.12699>

de Castro, S. B. E., de Souza, J. V. M., de Camargo, P. R., & Mezzadri, F. M. (2023). Government budget and priorities for sports in Brazil (2004-2020). *Managing Sport and Leisure*. <https://doi.org/10.1080/23750472.2023.2196529>

Dias, Y. R., Moraes e Silva, M., Figuerôa, K. M., Rojo, J. R., & Mezzadri, F. M. (2016). O panorama do judô no programa “Bolsa-Atleta”: uma análise entre os anos de 2011 a 2013. *Motrivivência*, 28(49), 82. <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2016v28n49p82>

Ferkins, L., Shilbury, D., & McDonald, G. (2016). Board Involvement in Strategy: Advancing the Governance of Sport Organizations. *Journal of Sport Management*, 23(3), 245–277. <https://doi.org/10.1123/jsm.23.3.245>

Figuerôa, K. M., Sevegnani, P., Mezzadri, F. M., & Moraes e Silva, M. (2014). Planejamento, ações e financiamento para o esporte em tempos de megaeventos. *Motrivivência*, 26(42), 55. <https://doi.org/10.5007/32888>

Filho, S., & Francisco, M. (2019). Direito ao esporte e o lazer : Uma proposta de política pública para os municípios.

Geeraert, A., & van Eekeren, F. (2021). Good Governance in Sport. In *Good Governance in Sport*. <https://doi.org/10.4324/9781003172833>

Holt, N. L., Pankow, K., Camiré, M., Côté, J., Fraser-Thomas, J., MacDonald, D. J., Strachan, L., & Tamminen, K. A. (2018). Factors associated with using research evidence in national sport organisations. *Journal of Sports Sciences*, 36(10), 1111–1117. <https://doi.org/10.1080/02640414.2017.1357830>

Hoye, R. (2003). The Role of the State in Sport Governance: An Analysis of Australian Government Policy. *Annals of Leisure Research*, 6(3), 209–221. <https://doi.org/10.1080/11745398.2003.10600922>

Hoye, R., & Cuskelly, G. (2007). Sport governance. In *Sport Governance*. <https://doi.org/10.4324/9780080466965>

Kiouranis, T. D. S. (2017). Os Jogos Escolares Brasileiros chegam ao século XXI: reprodução ou modernização na política de esporte escolar? [Tese de Doutorado]. UFPR.

Kiouranis, T. D. S., Cruz, K. S. da, Oliveira Neto, E. T. de, & Marchi Júnior, W. (2022). Do que é feito um campeão? Análise do sucesso esportivo a partir de resultados dos Jogos Escolares Brasileiros (2007-2015). *Research, Society and Development*, 11(4), e41911427532. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i4.27532>

Lehtonen, K., Kinder, T., & Stenvall, J. (2021). To trust or not to trust? Governance of multidimensional elite sport reality. *Sport in Society*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/17430437.2021.1932820>

Leopkey, B., & Parent, M. M. (2015). Stakeholder perspectives regarding the governance of legacy at the Olympic Games. *Annals of Leisure Research*, 18(4), 528–548. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1092388>

Macedo, F. A. de. (2018). GESTÃO DO ESPORTE NO CICLO OLÍMPICO: ANÁLISE DAS RECEITAS E RESULTADOS DAS CONFEDERAÇÕES ESPORTIVAS BRASILEIRAS NOS



JOGOS RIO 2016. Revista Intercontinental de Gestao Do Desporto, 8(1), 47–71.

Mehta, R. (2018). The future of sports governance : Will sport sustain its traditional model of autonomy ? 1–11.

Mendes, A. (2013). POLÍTICA PÚBLICA DE ESPORTE: CONSIDERAÇÕES SOBRE GESTÃO, INSTITUIÇÕES POLÍTICAS E MÉTODO DE PESQUISA NO BRASIL. Revista Intercontinental de Gestão Desportiva, 3.

Mezzadri, F. M., Lise, N. S., Maoski, A. P. C. B., de Castro, S. B. E., & Santos, T. O. (2020). Gestão do esporte nos estados e municípios (GEEM): apresentação de uma ferramenta voltada à Inteligência Esportiva no Brasil. Sport. Research, Society and Development, 9.

Mezzadri, F. M., Moraes e Silva, M., Figueira, K. M., & Starepravo, F. A. (2015). Sport Policies in Brazil. International Journal of Sport Policy and Politics, 7(4), 655–666. <https://doi.org/10.1080/19406940.2014.937737>

Mezzadri, F. M., Moraes, M., & Figueira, K. M. (2015). Desenvolvimento de um método para as pesquisas em políticas públicas de esporte no Brasil: uma abordagem de pesquisa mista. Motrivivência, 27(44), 49–63.

Mezzadri, F. M., Santos-Lise, N., Maoski, A. P. C. B., Castro, S. B. E. de, Starepravo, F. A., & Santos, T. de O. (2020). Gestão do esporte nos estados e municípios (GEEM): apresentação de uma ferramenta voltada à Inteligência Esportiva no Brasil. Research, Society and Development, 9(10), e3769108716. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i10.8716>

Millar, P., & Stevens, J. (2012). Management training and national sport organization managers: Examining the impact of training on individual and organizational performances. Sport Management Review, 15(3), 288–303. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.01.003>

Moraes e Silva, M., Mezzadri, F. M., Figueira, K. M., & Starepravo, F. A. (2016). O panorama das políticas públicas de esporte no Brasil. REVISTA OBSERVATORIO DEL DEPORTE ODEP, 2(2), 163–188.

Moretti de Souza, J. V. (2021). Em busca da medalha: Como a mudança de prioridade do Governo Federal influenciou na criação da categoria Atleta Pódio. UFPR.

Moretti de Souza, J. V., Torres Ordonhes, M., Cavichioli, F. R., & Mezzadri, F. M. (2023). In-

fluence of the size of the cities of birth and residence in the sports career: An analysis through the Bolsa-Atleta Program. J. Phys. Educ. v, 34. <https://doi.org/10.4025/jphyseduc.v34i1.3414>

Morgulev, E., Azar, O.H. & Lidor, R. Sports analytics and the big-data era. Int J Data Sci Anal 5, 213–222 (2018). <https://doi.org/10.1007/s41060-017-0093-7>

O'Brien, D., Parent, M. M., Ferkins, L., & Gowthorp, L. (2019). Strategic management in sport. Routledge..

Ordonhes, M. T., da Luz, W. R. S., & Cavichioli, F. R. (2016). Possíveis relações entre investimentos públicos e obtenção de resultados: o caso da natação brasileira. Motrivivência, v. 28(n. 47). <https://doi.org/https://doi.org/10.5007/2175-8042.2016v28n47p82>

Parent, M. M., & Deephouse, D. L. (2007). A Case Study of Stakeholder Identification and Prioritization by Managers. Journal of Business Ethics, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9533-y>

Parent, M. M., & Hoye, R. (2018). The impact of governance principles on sport organisations' governance practices and performance: A systematic review. Cogent Social Sciences, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1503578>

Parent, M., Taks, M., Naraine, M., & Hoye, R. (2019). Canadian national sport organizations' governance landscape study - Survey results (Issue March). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23858.66242>

Pilatti, L. A. (2000). Os Donos Das Pistas: Uma Efigie Sociológica Do Esporte Federativo Brasileiro. Universidade Estadual de Campinas.

Raeder, S. T. O. (2014). Ciclo de políticas: uma abordagem integradora dos modelos para análise de políticas públicas. Perspectivas em Políticas Públicas, 7(13), 121–146.

Santos Da Rosa, C., Clemente, A. J., Colvero, R. B., Alves, D., & Santos, C. Dos. (n.d.). POLÍTICAS PÚBLICAS BASEADAS EM EVIDÊNCIAS: UMA REVISÃO NARRATIVA DA LITERATURA POLÍTICAS PÚBLICAS BASEADAS EN EVIDENCIAS: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EVIDENCE-BASED PUBLIC POLICIES: A NARRATIVE LITERATURE REVIEW. <https://orcid.org/0000-0003-4096-0383>.

- Saravia, E., & Ferrarezi, E. (2007). Políticas públicas. Coletâneas. Volumes, 1.
- Schausteck de Almeida, B., Barboza Eiras de Castro, S., Mezzadri, F. M., & Lange de Souza, D. (2018). Do sports mega-events boost public funding in sports programs? The case of Brazil (2004–2015). *International Review for the Sociology of Sport*, 53(6), 685–705. <https://doi.org/10.1177/1012690216680115>
- Shilbury, D., & Ferkins, L. (2011). Professionalisation, sport governance and strategic capability. In *Managing Leisure* (Vol. 16, Issue 2, pp. 108–127). <https://doi.org/10.1080/13606719.2011.559090>
- Shilbury, D., & Ferkins, L. (2020). Routledge Handbook of Sport Governance. In D. Shilbury & L. Ferkins (Eds.), *Routledge Handbook of Sport Governance*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429440250>
- Shilbury, D., Ferkins, L., & Smythe, L. (2013). Sport governance encounters: Insights from lived experiences. *Sport Management Review*, 16(3), 349–363. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.12.001>
- Shuangming, W., Jianwei, S., Shiqiu, F., & Wanlin, X. (2018). Research on the Construction of Sports Resources Information Platform Based on Big Data. *International Journal of Advanced Network, Monitoring and Controls*, 3(2) 28–32. <https://doi.org/10.21307/ijanmc-2018-036>
- Silva, D. S., Silvestre, B. M., & Silva, J. V. P. da. (2020). Avaliação de políticas públicas de esporte: o caso do Plano Brasil Medalhas 2016. *Revista Brasileira de Ciências Do Esporte*, 42. <https://doi.org/10.1590/rbce.42.2019.075>
- Stenling, C., Fahlén, J., Strittmatter, A. M., & Skille, E. (2022). The meaning of democracy in an era of good governance: Views of representation and their implications for board composition. *International Review for the Sociology of Sport*. <https://doi.org/10.1177/10126902221088127>
- Thing, L. F., & Ottesen, L. (2010). The autonomy of sports : negotiating boundaries between sports governance and government policy in the Danish welfare state. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 2(2), 223–235. <https://doi.org/10.1080/19406940.2010.488070>
- Thompson, A., Bloyce, D., & Mackintosh, C. (2021). “It is always going to change”—examining the experiences of managing top-down changes by

sport development officers working in national governing bodies of sport in England. *Managing Sport and Leisure*, 26(1–2), 60–79. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1800507>

Thompson, A., & Parent, M. M. (2020). Understanding the impact of radical change on the effectiveness of national-level sport organizations: A multi-stakeholder perspective. *Sport Management Review*, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.04.005>

Truyens, J., De Bosscher, V., Heyndels, B., & Westerbeek, H. (2014). A resource-based perspective on countries’ competitive advantage in elite athletics. *International Journal of Sport Policy*, 6(3), 459–489. <https://doi.org/10.1080/19406940.2013.839954>

Vargas, P. P. I., Santos-Lise, N., Marinho Mezzadri, F., & Mendes Capraro, A. (2022). Resultados dos atletas brasileiros de ginástica artística masculina contemplados pela bolsa atleta pódio. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 11(1), 121–144. <https://doi.org/10.5585/podium.v11i1.19564>

Vieira, L. F., do Nascimento Junior, J. R. A., & Vieira, J. L. L. (2013). O estado da arte da pesquisa em Psicologia do Esporte no Brasil. *Revista de psicología del deporte*, 22(2), 501–507.

Winand, M., Zintz, T., Bayle, E., & Robinson, L. (2010). Organizational performance of Olympic sport governing bodies: Dealing with measurement and priorities. *Managing Leisure*, 15(4), 279–307. <https://doi.org/10.1080/13606719.2010.508672>

Recebido em: 06/02/2024

Aceite em: 20/03/2024

Endereço para correspondência:
João Victor Moretti de Souza
joaomoretti@ufpr.br



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0