



sou do esporte

TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA

Sou do Esporte realiza seminário "Aspectos inerentes ao patrocínio esportivo" no RJ

A black and white photograph of a man with short, dark hair, wearing a dark jacket with white stripes on the sleeves. He is speaking into a microphone, with his mouth open and looking slightly to the right. The background is plain and light-colored.

Santti Arap, presidente da Confederação Brasileira de Rugby, Georgios Stylianos, gerente da Confederação Brasileira de Atletismo, e os professores Lamartine Costa (Universidade Federal do Rio de Janeiro), Cláirisse Setyem (ESPM de São Paulo) e Marcia Alonso (vice-diretora da FACHA) também fazem apresentações no seminário. O último tema será um debate envolvendo atletas de base, profissionais de alto rendimento e ex-atletas, que abordarão questões ligadas à carreira e à aposentadoria.



Sou do Esporte promove seminário para debater investimento no esporte no país (Foto: Divulgação)

A black and white photograph of a woman with long dark hair, smiling at the camera. She is wearing a dark blazer over a light-colored top with a dark floral pattern. She is standing outdoors, with a body of water and a rocky shoreline in the background. The sky is cloudy.

Para isso, Fabiana filiará do projeto "Sou do Esporte" (SDE), o primeiro clube de patrocínio do país, onde a premiação é o patrocínio sustentável, viável para empresas de qualquer tamanho, em oito categorias de investimento, apoiando atletas, times e CNOs esportivas. "Sou do Esporte" oferece retorno de marketing, valoriza os investidores e democratiza, também, o acesso das empresas ao esporte. Na verdade, ele pretende ser uma ponte. Quem patrocina por meio dele, concorre ao "Prêmio Sou do Esporte do Brasil".

Nomes como Leonardo Glymar, diretor geral do Comitê Rio 2016, Toninho Nascimento, secretário nacional de Futebol e defesa dos direitos do torcedor, Sôstenes Bastos de Oliveira, presidente da Fundação Gol de Leão, Georgios Stylianou Hatzidakis, gerente administrativo da Confederação Brasileira de Atletismo, a repórter Joana de Assis, do SporTV, Ricardo Borges Martins, diretor executivo do Bom Senso FC, e o colunista Rodrigo Capelo, do GloboEsporte.com, entre outros, já confirmaram presença.

Para inscrições, maiores informações e programação completa:

www.facebook.com/institutovalor
www.seminarionacional.org.br
Contato: (11) 2626-1000

Apadrinhado por Andre Heller, campeão olímpico, apoio aos atletas na fase seguinte ao encerramento das palestras ou a participação em peças publicitárias de empresas como para atletas, ex-atletas e Olimpíadas. O portal www.soudoesporte.com.br/.

Responsável pelo Clube do Patrocínio da rede Sólida Essencial, afirma que o objetivo do Sou do Esporte é apoiar as empresas, como os atletas: "Ao abrir recursos financeiros, mas sem cotas mínimas para investidores, colocamos no mercado uma gama de opções para empresas e atletas. Quem quiser, pode ser beneficiado. A plataforma do Clube do Patrocínio é democrática. Mesmo no pós-carreira, podem ser beneficiados. É uma peça fundamental no desenvolvimento social de uma nação esportiva."

A rede Sou do Esporte não é uma agência de publicidade.

SHARE.

ABOUT AUTHOR

VINICIUS LORENZELLO



Vinicius trabalha com comércio esportivo.

Os livros do dia, também estão presentes apresentações de Andrew Parsons, presidente do Comitê Paralelo Brasileiro, de Sami Araj, presidente da Confederação Brasileira de Hugel, de Georges Syllanos, gerente da Confederação Brasileira de Atletismo, e dos professores Lamerina Costa, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, de Cláudia Seligson (USP) e Maria Alonzo, vice-diretora da Fafra.

Rio de Janeiro - O ministro da Esporte participou nesta quarta-feira (12), do Segundo Seminário da Joo de Esporte, que pela primeira vez teve uma premiação. George Hilton prezou homenagem aos representantes dos diversos segmentos do esporte brasileiro no Campus Esporte, do Centre Empresarial de Barra Shopping, no Rio de Janeiro.

Organizado por Fabiana Bentes, diretora-geral da plataforma Jogo de Expor, o evento mostra o trabalho e a produção do programa, que se insere na concepção do novo Sistema Nacional de Expor (SNE). Segundo o ministro Gilberto Gil, o acervo do SNE deve vir a ser a principal ferramenta do refúgio ao

CHINA

Os advogados do Demarest Advogados, escritório que organiza o evento, vão abordar os aspectos contratuais e tributários da lei de incentivo ao esporte.



Jogos Olímpicos de Verão de 2006

	Foto-Sede	Olimpiadas	Paralimpia
1. Lugar	100	100	100
2. Lugar	100	100	100
3. Lugar	100	100	100
4. Lugar	100	100	100
5. Lugar	100	100	100
6. Lugar	100	100	100
7. Lugar	100	100	100
8. Lugar	100	100	100
9. Lugar	100	100	100
10. Lugar	100	100	100
11. Lugar	100	100	100
12. Lugar	100	100	100
13. Lugar	100	100	100
14. Lugar	100	100	100
15. Lugar	100	100	100
16. Lugar	100	100	100
17. Lugar	100	100	100
18. Lugar	100	100	100
19. Lugar	100	100	100
20. Lugar	100	100	100
21. Lugar	100	100	100
22. Lugar	100	100	100
23. Lugar	100	100	100
24. Lugar	100	100	100
25. Lugar	100	100	100
26. Lugar	100	100	100
27. Lugar	100	100	100
28. Lugar	100	100	100
29. Lugar	100	100	100
30. Lugar	100	100	100
31. Lugar	100	100	100
32. Lugar	100	100	100
33. Lugar	100	100	100
34. Lugar	100	100	100
35. Lugar	100	100	100
36. Lugar	100	100	100
37. Lugar	100	100	100
38. Lugar	100	100	100
39. Lugar	100	100	100
40. Lugar	100	100	100
41. Lugar	100	100	100
42. Lugar	100	100	100
43. Lugar	100	100	100
44. Lugar	100	100	100
45. Lugar	100	100	100
46. Lugar	100	100	100
47. Lugar	100	100	100
48. Lugar	100	100	100
49. Lugar	100	100	100
50. Lugar	100	100	100
51. Lugar	100	100	100
52. Lugar	100	100	100
53. Lugar	100	100	100
54. Lugar	100	100	100
55. Lugar	100	100	100
56. Lugar	100	100	100
57. Lugar	100	100	100
58. Lugar	100	100	100
59. Lugar	100	100	100
60. Lugar	100	100	100
61. Lugar	100	100	100
62. Lugar	100	100	100
63. Lugar	100	100	100
64. Lugar	100	100	100
65. Lugar	100	100	100
66. Lugar	100	100	100
67. Lugar	100	100	100
68. Lugar	100	100	100
69. Lugar	100	100	100
70. Lugar	100	100	100
71. Lugar	100	100	100
72. Lugar	100	100	100
73. Lugar	100	100	100
74. Lugar	100	100	100
75. Lugar	100	100	100
76. Lugar	100	100	100
77. Lugar	100	100	100
78. Lugar	100	100	100
79. Lugar	100	100	100
80. Lugar	100	100	100
81. Lugar	100	100	100
82. Lugar	100	100	100
83. Lugar	100	100	100
84. Lugar	100	100	100
85. Lugar	100	100	100
86. Lugar	100	100	100
87. Lugar	100	100	100
88. Lugar	100	100	100
89. Lugar	100	100	100
90. Lugar	100	100	100
91. Lugar	100	100	100
92. Lugar	100	100	100

Plano Inicial / Notícias / Ministério do Esporte apresenta seminário Mundo Globalizado

Ministério do Esporte a

sobre os Desafios para
Mundo Globalizado

© Projeto REFORMAR, e todos os direitos reservados. É proibida a reprodução sem autorização expressa do Projeto REFORMAR.

o Danga da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em parceria com a FINE, e partir das 12h00, o concurso "Danga por 100 mil reais".

O evento contará com a presença de pesquisadores nacionais, gestores e jornalistas esportivos, como Jim Perry (Inglaterra), de Billy (Escócia), Arthur Farias de Silva (Indonésia) e o campeão de Basquetebol do Brasil, Oscar de Lencastre, Ricardo Tadeu (CSO de O

DE INOVAÇÃO DO CASACIO LINGÜÍSTICO HOLY JURY E TUBER FORTIN

os que facilitará o contato entre atletas e patrocinadores. e
ma de investir no esporte brasileiro lançando o Clube do
(26/1). A plataforma virtual representa um caminho tanto para
ocinadores dispostos a investir, como para empresas que
m como.

onceito de investimento, em que a união de empresas de todos os
el, onde é possível investir em oito categorias, com produtos e
passagens aéreas, planos de saúde, entre outros, facilitando a
verim à rede também podem receber o selo "Investidor Nação
que permite a divulgação do investimento. Além disso, essas
te, que conta com quatro categorias: Solidário, Sustentável, 2015 e

os com a seleção brasileira de vôlei, a rede também proporcionará
tanto de suas carreiras, facilitando a contratação destes para
as. Mais detalhes sobre o funcionamento da rede SDE, tanto para
OGs, também estão disponíveis no canto inferior esquerdo do

DE, a jornalista Fabiana Bentes, que também dirige o portal Esporte
erte é viabilizar o investimento em massa no esporte, favorecendo
a possibilidade de investir com produtos, serviços e até mesmo
e ainda oferecendo propriedades comerciais para a empresa
orme de potenciais investidores no esporte, nos quatro cantos do
em diversos tipos de apoios, também em qualquer lugar do Brasil. A
ica, ONGs esportivas, times e atletas a partir dos 12 anos e até

Quem estiver investindo pela rede Sou do Esporte é, com certeza,
ial do Brasil e, também, responsável pela transformação do Brasil

ntas e não cobra taxas ou percentual por patrocínios concluídos.



unização corporativa e é especialista em Gestão e Marketing

Projeto de patrocínio é lançado e mira nova forma de investimento esportivo

Sou do Esporte tem pretensão de fazer a ponte entre atletas, times e ONGs esportivas com empresas, permitindo patrocínio sustentável e desenvolvimento social

Um dos maiores desafios do esporte brasileiro é superar a falta de investimentos e captação de recursos que possibilitem atletas, equipes e ONGs esportivas para conseguir competir em alto nível. Desta forma, o "Sou do Esporte" projeta solucionar este antigo e recorrente problema na tentativa de ajudar tanto os esportistas quanto as empresas que pretendem investir no esporte. O projeto de patrocínio é uma rede de negócios, que busca facilitar o contato entre atletas e patrocinadores. Com o Clube do Patrocínio, uma plataforma virtual vai ajudar os esportistas que buscam captar patrocínios bem como as empresas que pretendem investir, mas não sabem exatamente como fazer. O GloboEsporte.com, o SporTV e o Combate serão parceiros do projeto Sou do Esporte. [Clique aqui e saiba mais no site oficial](#)

SAIBA MAIS
VEJA: André Heller dá depoimento sobre apoio ao Sou do Esporte
Entenda mais sobre o projeto em vídeo que explica o seu funcionamento



Um dos apoiadores do projeto, André Heller tem ministrado palestras (Foto: João Paulo Tito / GloboEsporte.com)

O Clube do Patrocínio da rede Sou do Esporte funciona como um clube de pontos, que a empresa investe e pontual, e espera, assim, unir empresas de todos os ramos e tamanhos para conseguir patrocínio sustentável aos esportistas. É possível investir em oito categorias, com produtos e serviços, como por exemplo material esportivo, passagens aéreas, planos de saúde, entre outros, facilitando a atuação dos investidores. As empresas que aderirem à rede também

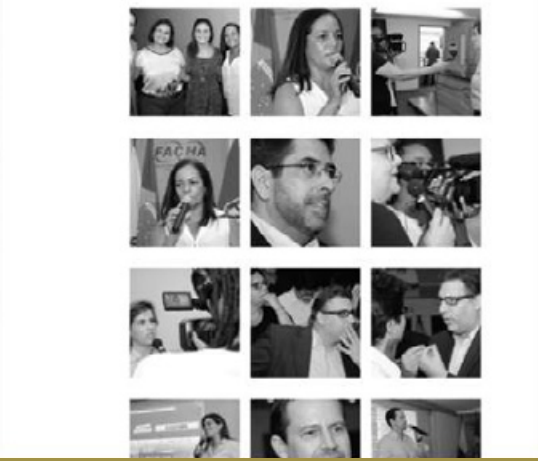
Ciclo de palestras de Gestão Desportiva reuniu personalidades e profissionais da área no auditório da FACHA



Categoria Acadêmica, notícias

Há alguns anos, as políticas de incentivo têm auxiliado de forma consistente a alavancar a disseminação dos esportes - através da ampliação das políticas de democratização do acesso à prática esportiva e ao lazer - e o investimento na formação e no desenvolvimento de nossos atletas. O reflexo disso é o substancial aumento da conquista de medalhas nos circuitos e campeonatos mundiais - mais de 100, só em 2013 - mais de três milhões de crianças aderindo à prática desportiva e o resgate do campeonato brasileiro de futebol feminino.

Em virtude da relevância deste assunto, o Curso de Gestão Desportiva da FACHA - que está com inscrições abertas para o vestibular - iniciou no dia 8 de dezembro seu ciclo de palestras **O Esporte em Debate** com a participação de **Ricardo Cappelli** (Secretário Nacional de Esporte, Educação, Lazer e Indústria Social) abordando o tema **Atividade Desportiva: Políticas Públicas e Financiamento** e de **Fabiana Bentes** (jornalista, editora do portal "Sou do Esporte") mesclando o trabalho desenvolvido pelos portais que administra - na captação de recursos para atletas e na valorização da memória do Esporte e dos atletas que marcaram história.



Rogério Minotouro representa o MMA em evento sobre o desenvolvimento do esporte brasileiro



Referência no mundo do esporte, como atleta e empresário, Rogério Minotouro, lutador do UFC e, ao lado de seu irmão gêmeo Rodrigo Minotouro, fundador do Team Nogueira, maior rede de academias de artes marciais do mundo, será um dos destaques do II Seminário e I Prêmio Sou do Esporte. O evento, que debaterá o desenvolvimento do esporte nacional, é gratuito e acontecerá nesta quarta-feira (2), a partir das 8h, no Campus da Estação de São, no Centro Empresarial Barra Shopping, no Rio de Janeiro (RJ).

Minotouro será um dos debatedores do Tênis. O atleta como produto de marketing e como representação de valores para a sociedade. Outro representante do MMA no Sou do Esporte 2015, Daniel Durão, Gerente de Negócios do Combate - canal de lutas da Globosat, palestrará sobre "As marcas no esporte".

A segunda edição do seminário terá cinco temas centrais para o esporte brasileiro: gestão, governança, esporte como transformação social, importância do atleta na sociedade e patrocínio esportivo/branding. Gestores, estudiosos, atletas e profissionais do mercado esportivo promoverão discussões e análises sobre as questões atuais para o desenvolvimento em grande escala e de forma sustentável.

Além do seminário, o dia será marcado pela entrega de prêmios aos destaques do esporte em 2015, em modalidades como "Gestor esportivo do ano" e "Confederação com melhor governança". A cerimônia também será marcada por homenagens a personalidades que servem de exemplo de apoio ao esporte, como o professor Lamartine de Costa, especialista em política esportiva, e a psicóloga Kátia Rubio, autora do livro "Atletas olímpicos brasileiros".

Também participando do II Seminário e I Prêmio Sou do Esporte: o Ministro do Esporte George Hilton, o secretário de Esportes do Município do Rio, Marcos Braz, os presidentes Andrew Parsons (CBF), Sani Anap (CBRu), José Antônio Fernandes, o Turinho (CBAT), Pedro Gama Filho (CBIA) e Paulo Carvalho (FRERJ), além dos atletas Naibert Bilencourt, Fabiana Beltrame, Davi José Abino, do coach Alex Pusselotti, e os profissionais como Rafael Pistrina, (Dream

mas já tem muita história para contar.

BRASIL 2016

as informações, sites, empresas, treinadores,
Lamartine Pereira da Costa (Brasil), Paulo André Jansen
Lacortelli, Jussara Oliveira (Rio Esportivo), Edson
Confederação Brasileira de Vôlei, Eduardo Beto Gervasio
(Sport Truist)

para promover ainda mais integração e envolvimento
de todos os brasileiros.

LATAM Airlines inicia campanha global para os Jogos Rio 2016

Marli Senato | 8 de agosto de 2015 | Empresas Aéreas

A LATAM Airlines lança hoje a campanha "Sonhe Mais Longe", que promoverá ações exclusivas no Brasil, Chile, Peru, Colômbia, Equador e Argentina, países onde a empresa é a companhia aérea oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016.

Em sua primeira edição, a campanha apresenta os vídeos de um esportista que surge ressonando os
passaportes do esporte de Guatemala, no Brasil. Atletas similares em ser funcionários da LATAM, mas, no
quívem uma música, saiam de surpresa dos seus respectivos países e executavam uma apresentação de
gênica rítmica e de solo no saque do termino internacional.

Confederação de rúgbi realiza encontro com patrocinadores em SP

Seminário irá mostrar resultados obtidos de 2010 a 2016 e projeção da modalidade para 2017 a 2023

Por Adalberto Leister Filho - São Paulo (SP) em 7 de Outubro de 2016 às 00:37

Facebook Twitter Google+ LinkedIn

A CBRu (Confederação Brasileira de Rúgbi) realiza, na próxima segunda-feira (dia 10), seu 3º Encontro Anual de Patrocinadores. O evento, fechado a convidados, será na sede da Heineken, em São Paulo.

O seminário irá apresentar os resultados do período entre 2010 e 2016 e as projeções para o próximo ciclo, de 2017 a 2023. Entre os palestrantes que irão

Em Ano Olímpico, será lançado o Anuário Sou do Esporte, com o objetivo de destacar informações relevantes sobre os atores que alavancam o esporte

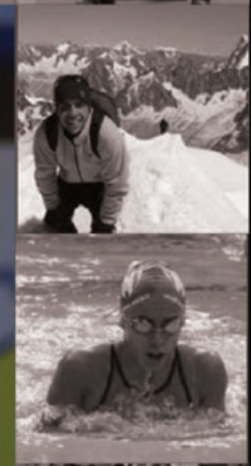
10 SET 2016 10h14

Facebook Twitter Google+ LinkedIn

Através de uma pioneira iniciativa no Brasil, o Anuário Sou do Esporte irá contribuir para um mercado esportivo mais integrado e com mais oportunidades de negócios para todos os atores que movimentam esta indústria.



OSCAR BRANDÃO
vôlei de praia



Um dos mais de mil atletas da rede para sua empresa patrocinar.



Ficha Técnica

Anuário Sou do Esporte

1ª edição

Novembro/2016

Editora & Jornalista Responsável

Fabiana Bentes

MTB 24.100/RJ

Conteúdo (páginas verdes):

Faculdades Integradas Hélio Alonso

Projeto Gráfico & Diagramação

Paula Sattamini

Revisão Ortográfica

Com Texto & Cia.

Efeitos visuais

Aplicativo Prisma ▲

Impressão

SMG BOOKS gráfica e editora

Sou do Esporte

www.soudoesporte.com.br

soudoesporte@soudoesporte.com.br

Todos os direitos reservados.

É proibida a reprodução, total ou parcial, deste livro e de seu conteúdo, sem a prévia autorização de seus autores.



TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA

Sumário

8	Dedicatória
9	Sou do Esporte, paixão pelo esporte
20	Amar é Maré
22	Alemão Complexo Não
24	VidigALL para todos
26	Fabiana Bentes - O legado depende de nós
30	Especial SDE - Jens Andersen - Lições da democracia. O dom do Brasil para o esporte mundial
46	Alexandre Boyd - Somos todos campeões
50	André Heller - A importância da gestão profissional no esporte
54	Andrew Parsons - Um novo movimento paralímpico
58	Arialdo Boscolo - Federação Nacional dos Clubes do Brasil
62	Arnon de Mello - A autêntica experiência NBA
67	Clarisse Setyon - Paixão pelo paradesporto
72	Claudia Bocciardi - O paradesporto como ferramenta de marketing
76	Cláudio Mattos e Carlos Orsolon - Lei de incentivo ao esporte
82	Clodoaldo Silva - Por um País mais acessível
88	Cristiano Sampaio - Profissionalização do MMA no Brasil
92	Daniel Mourão - UFC ^R Brasil
96	Daniel Quiroga - Saudações a todos os amantes da luta
100	Daniela Castro - O artigo 18-A e o Pacto pelo Esporte
106	Eduardo Muniz - Os aprendizados do ciclo que se encerra para as marcas no esporte
112	Felipe Bevilacqua - Justiça desportiva brasileira
116	Fernanda Bini - A luta contra o doping
120	Fernando Flores - Construindo a imagem do atleta
126	Guilherme Guimarães - A revolução não será televisionada... Mas pode ser digital
130	Gustavo Souza - Violência nos estádios de futebol
134	Hugo Florez - Esporte para o desenvolvimento

138	Idel Halfen - Ser do esporte
142	Jair Alfredo Pereira - Importância dos clubes para o esporte brasileiro
146	Jorge Steinhilber - Relevância da educação física nas escolas para o desenvolvimento do esporte
154	Julian Salgueiro - Investindo no MMA
158	Katia Rubio - O que fica do Rio 2016 para os atletas olímpicos brasileiros
162	Kyra Gracie - Elas no combate
166	Lamartine Dacosta - O dia seguinte dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos
172	Lars Graef - A "década do esporte" e as perspectivas futuras
182	Laurete Godoy - Os Jogos Olímpicos e o mundo dos negócios
186	Leonardo Andreotti - Sistema de resolução de controversias no futebol / Direito e desporto
190	Lucas Bueno - Patrocínio no futebol: a era do engajamento e multiplicação
194	Luciana Lopes - Refúgio no esporte
198	Luiz Campos - O surf só vai crescer
204	Luiz Lima - A importância da base para o alto rendimento
210	Magic Paula - Qual é a prioridade do esporte para o Brasil?
216	Marcelo Alonso - O MMA muito além da crise
220	Marcus Vinícius Freire - A nação olímpica e o futuro dourado do Time Brasil
226	Rodrigo Nogueira - A transformação do MMA
230	Paulo Zuccaro - Programa de atletas militares de alto rendimento
236	Nalbert Bittencourt- O despertar de novos heróis olímpicos e paralímpicos
240	Nelson Todt - Agenda 2020 e o olimpismo: via de mão única para o movimento olímpico e seus parceiros
246	Rafael Plastina - Jogos Olímpicos, um jogo de números
252	Rubem Cesar Fernandes - Um refúgio no futebol
256	Thiago Lavinhas - Criando público para além do futebol
260	Thiago Meirelles - O esporte como produto
265	Páginas Verdes
290	Para uma boa leitura!
291	A marca SOU DO ESPORTE

Dedicatória

Dedico este anuário a eles:

Ao Carlinhos, meu professor de educação física do colégio Santo Inácio, no Rio de Janeiro, que me ensinou a amar a atividade física.

À Valéria Ollivier, minha técnica de vôlei quando jogava pelo Fluminense, nas categorias de base, que me ensinou a disciplina do esporte.

Ao Guilherme Augusto (Buck) e ao Alexandre Rosa (Lavadeira), meus técnicos de remo do Flamengo, que me ensinaram a não desistir, porque sempre há fôlego para a última remada.

A cinco pessoas de ouro de comunidades carentes no Rio de Janeiro:

Senhor Amaro – Complexo da Maré
Rafael Espíndola e Gabriel Mendes – Complexo do Alemão
Raff Giglio e Wellington Índio – Vidigal

A três atletas especiais que ajudam a causa da Sou do Esporte: André Heller, Lars Graef e Nalbert Bitencourt.

À Claudia Romano, Pílade Moraes e Angélica Scott, da universidade Estácio por serem os primeiros a apoiarem a Sou do Esporte, patrocinando atletas com formação acadêmica pela rede SDE.

Ao SPORTV e ao CANAL COMBATE, por apoiarem meus projetos desde o início, em 2011.

À Carolina Joop, Claudio Mattos, Carlos Orsolón e equipe do escritório de advocacia Demarest, por todo o apoio jurídico. Sem vocês, não teria sequer começado.

Aos meus amigos e diretores da SDE, que estão juntos comigo nesta jornada, Eduardo Muniz e Luis Felipe M. Barros.

A todos os meus colegas do esporte que dividiram comigo campos, quadras, barcos, pistas e me presentearam com muitos sorrisos e muitas amizades oriundas do esporte.

Aos queridos colaboradores que fizeram deste anuário realidade.

A toda a minha família. Motivadores incansáveis do meu trabalho.

Muito obrigada,
Fabiana Bentes

Sou do Esporte, paixão pelo esporte

Somos um país apaixonado por esporte. Isso é fato. Mas também é fato que não fomos capazes de reter patrocinadores, mesmo depois de termos recebido as maiores competições esportivas mundiais. O foco maior ainda é roubado pelo futebol, e as outras modalidades vêm e vão de acordo com os resultados. Totalmente efêmero, como toda paixão que se preze.

Se o país todo passa por uma crise financeira, o esporte é massacrado por seus próprios males, como corrupção, má gestão, e doping para citar alguns. A relação do país com o esporte é tão desvirtuada (ele é maltratado!), que muitos pagam com o próprio emprego. Redações exclusivas, repleta de jornalistas esportivos experientes, estão sendo dizimadas. Um verdadeiro tiro no pé. Parece que esqueceram o que significa o esporte para uma sociedade. Parece que as marcas esqueceram a força que o esporte tem para estabelecer um vínculo emocional com as massas.

O resultado disso tudo é um esvaziamento, sem precedentes, do patrocínio do esporte no Brasil. Também, por que investir em qualquer coisa num cenário de incertezas? A resposta para essa pergunta é fácil: paixão!

É preciso que o esporte volte a apaixonar as pessoas. Que as notícias sejam apaixonantes para os interlocutores. Que a admiração tome lugar da arrogância e da má gestão. E que haja espaço para contar as boas histórias. O esporte precisa ressurgir depois do farto descuido.

Se passarmos a enxergar o esporte como um produto, talvez fique mais claro o caminho a ser seguido. Ora, todo produto (a maioria) tem seus concorrentes. Assim como o esporte. E a concorrência está levando a melhor na disputa pelos investimentos. Cultura, lazer e ações de entretenimento atraem as marcas com seus baixos riscos à reputação. E, sem esses riscos envolvidos, há marcas, há dinheiro, há progresso.

Como voltar a chamar atenção do patrocínio esportivo?

Foi assim que surgiu a Sou do Esporte (SDE), com a missão de projetar a cultura esportiva no país. A SDE não surge como um produto a ser patrocinado, mas como uma CAUSA para associar-se. Com os prêmios "Sou do Esporte Governança", "Gestor do Ano", "Atletas de Valor", com ações em prol do desenvolvimento de comunidades, com o desenvolvimento de conteúdo esportivo positivo, e com uma rede de todos os setores dessa indústria em prol de um desenvolvimento esportivo sustentável, a Sou do Esporte é uma alternativa de ressurgimento do que é o verdadeiro sentido do esporte, e um meio para reconstruir a imagem e enaltecer o valor que os atletas têm.

Investir e associar-se à Sou do Esporte é muito mais que um investimento no esporte. É investir na sua marca, aumentando a percepção de valor dela de imediato.

Precisamos reorganizar a casa e trazer a afeição pelo esporte de volta. Só assim para a paixão reflorescer, só assim para que o esporte retorne ao seu lugar de relevância no mercado.

Conte conosco.

Equipe SDE

SC
do es

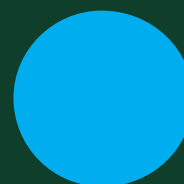




porte

O QUE

É



A SOU DO ESPORTE | SDE | é uma associação sem fins lucrativos que atua como rede de relacionamento entre atletas, entidades esportivas, poder público e o setor privado.

QUAIS SÃO
DE ATUAÇÃO

?

OS PILARES

REDE DE RELACIONAMENTO

Rede que conecta empresas, atletas, times, entidades esportivas e projetos sociais, potencializando o patrocínio sustentável por meio de produtos, serviços, recursos financeiros e financiamento coletivo; além de estimular a integração dos setores desta indústria.

DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Realização de projetos sociais esportivos próprios e de terceiros, além de suporte multidisciplinar para comunidades.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Eventos, publicações e conteúdo esportivo e educacional próprio e personalizado para empresas.

ESTÍMULO ÀS BOAS PRÁTICAS

Estudos, consultoria e fomento de boas práticas de gestão e governança de entidades esportivas, buscando o desenvolvimento do esporte brasileiro.

**PROJETAR A CULTURA
ESPORTIVA NO BRASIL.**

ESSA É A
Nossa
CAUSA!

ENGAJE-SE NESSA CAUSA TAMBÉM. ASSOCIE-SE A SOU DO ESPORTE.

A PREPARAÇÃO É IMPORTANTE.
O DESAFIO É MOTIVADOR.
MAS NADA SUPERA
A EMOÇÃO DO COMBATE.

PRONTOP



EQUIPE ESPECIALIZADA DE NARRADORES E COMENTARISTAS.



Com o Combate Play você acompanha
como, quando e onde quiser.



A promotional poster for the UFC COMBATE channel. It features two male fighters standing in a cage. The fighter on the left is a Black man with a shaved head, wearing black UFC shorts and gloves. The fighter on the right is a white man with short dark hair, also wearing black UFC shorts and gloves. They are both looking directly at the camera with serious expressions. The background is a chain-link fence. The word "RA LUTA." is written in large, white, distressed capital letters across the middle of the image.

RA LUTA.

- ÚNICO CANAL ESPECIALIZADO EM LUTA
- MELHOR COBERTURA DOS EVENTOS NACIONAIS
- TRANSMISSÃO DE TODOS OS EVENTOS UFC AO VIVO

COMBATE

AMARÉ

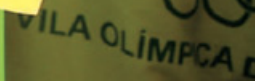
O Complexo da Maré é um local estratégico no Rio de Janeiro e por isso deve ser uma matriz de investimento social. E se você conhecer o Senhor Amaro, fundador da Vila Olímpica da Maré, não vai querer sair de lá! Apoie o esporte na Maré. A melhor ferramenta para que uma pessoa exerça sua cidadania em plenitude.

SAIBA COMO INVESTIR: SOUDOESPORTE@SOUDOESPORTE.COM.BR

RESPEITO

ESFORÇO


VILA OLÍMPICA DAMASCENO


VILA OLÍMPICA DAMASCENO

ALEMÃO COMPLEXO NÃO

O Complexo do Alemão luta diariamente para tirar o estigma da violência. E como transformar a violência em uma arma de paz? Multiplicando os valores do esporte em suas aulas, o TEAM ESPÍNDOLA transforma crianças e jovens em grandes guerreiros. E A ÚNICA LUTA QUE ELES QUEREM VENCER É PELA DIGNIDADE!

SAIBA COMO INVESTIR:
SOUDOESPORTE@SOUDOESPORTE.COM.BR



VIDIGALL
PARA
TODOS

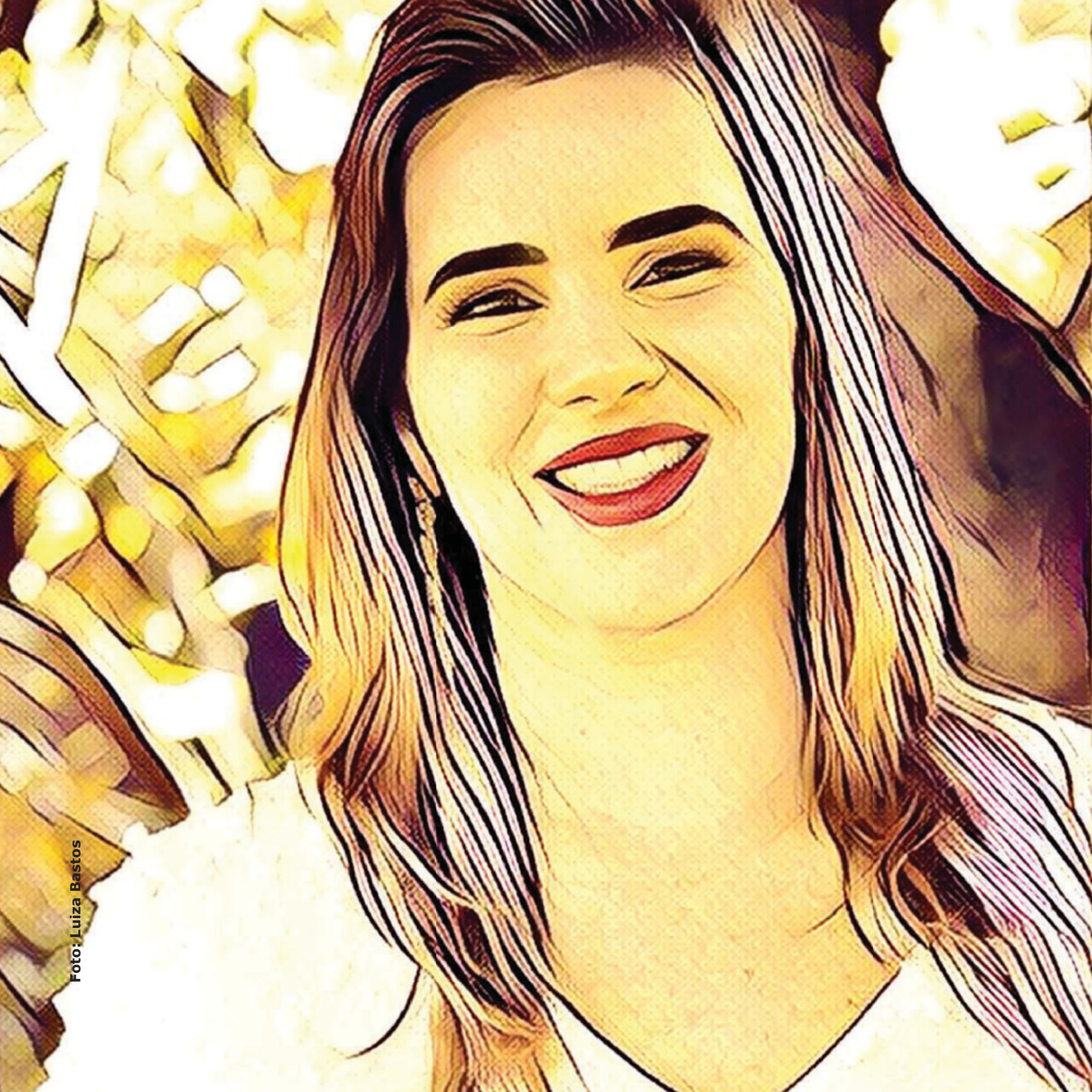


Em uma comunidade de frente para o mar a melhor vista seria a da praia, mas se você olhar para dentro, verá que a melhor vista é a das pessoas que vivem lá. Instituto Todos na Luta - com luvas de boxe e disciplina, o mar fica pequeno para eles.

SAIBA COMO INVESTIR:

SOUDOESPORTE@SOUDOESPORTE.COM.BR





FABIANA BENTES

Presidente e Diretora Executiva da Sou do Esporte

O legado depende de nós

“Mão na massa.” Quem me conhece sabe que eu personifico essa expressão com louvor. Tenho paixão por fazer algo que mude, que transforme, que faça refletir. Um pouco elétrica em demasia, resultado de quem não se conforma com o conformismo. Sou jornalista, questiono tudo. Também não gosto da crítica destrutiva ou da notícia sensacionalista, acho feio apontar o dedo, não pedir desculpas e tratar as pessoas com arrogância.

Gosto de criar, de inovar, tudo que favoreça um grupo ou uma sociedade. E é aqui que começo mais uma jornada – a do anuário Sou do Esporte. Uma publicação pioneira, resultado de toda esta minha personalidade descrita, que tem por objetivo balizar, anualmente, o crescimento deste setor incrível que é o esporte. Mas para o esporte usar todo o seu potencial, é preciso união. Eu, você, nós.

Sendo assim, aqui começa a minha contribuição:

Democratizar o acesso ao esporte é muito importante. Mas manter os atletas no esporte em busca do alto rendimento e de uma pós-carreira, com sinônimo de sucesso, além de tão importante quanto é um desafio no Brasil. É como se construíssemos um ginásio e não fizéssemos a manutenção. Com o tempo, o ginásio deteriora e o abandonamos. Mas, cabe lembrar, que quando ele foi construído, tinha o potencial de ser um legado.

E este é o caminho que a Sou do Esporte quer mudar: o da falta de investimento para a manutenção desses atletas no esporte, que desperdiça todos os dias potenciais heróis esportivos e possibilidades reais de transformação social.

Mas há muitos fatores que podem implicar esse tortuoso caminho da cultura esportiva no País. A começar pelo poder público, nas esferas federal, estadual e municipal, de dar ao esporte o seu local de relevância na sociedade. Uma ferramenta potente para a saúde e para a segurança pública, um aliado indispensável para a educação e um termômetro inigualável de uma sociedade. Onde há esporte, há pessoas mais felizes, mais saudáveis, mais seguras, mais concentradas e melhores cidadãos.

Mas o poder público não é o único responsável pela cultura esportiva adentrar nossas vidas. Há muita gente que precisa sair do esporte para que possamos inseri-lo no dia a dia da sociedade. É necessário e urgente dar atenção a lideranças de clubes, confederações e federações esportivas que, ao invés de se destacarem na editoria de esportes, estão ocupando espaço nos jornais com notícias de corrupção e má gestão. O esporte, em todo o seu contexto, precisa fortalecer as entidades que caminham para o bem do esporte brasileiro, porque será com elas que vamos transformar o Brasil em uma nação esportiva.

Patrocinadores e poder público apenas devem financiar entidades exemplares, aquelas que mostram, publicamente, sua transparência, respondendo se suas ações estão de acordo com as regras e com as leis, que sabem para onde vai o dinheiro e quem será beneficiado. Quem não estiver apto a responder essas três questões e não tiver seu sistema de informação acessível para os atores da indústria, que têm legitimidade de ser informados, deve, sem pena, ser demitido, afastado e, dependendo do caso, preso. Mas jamais financiado pelo dinheiro público ou privado. Esporte não é brincadeira, é um fator de extrema relevância social. O esporte é para ser levado a sério.

Outros elementos são essenciais para a cultura esportiva. Entender o financiamento do esporte e definir os papéis das entidades. Dinheiro de orçamento federal, de estatais, recursos das loterias federais, Lei de Incentivo ao Esporte, que deduz o Imposto de Renda (IR) das empresas, sem contar leis estaduais e municipais de incentivo fiscal e, ainda, de verba oriunda do desporto militar. É preciso organizar e definir quem recebe o que, quem investe em qual categoria e exigir uma boa gestão para serem aptos a receber benefícios fiscais ou quaisquer verbas adicionais. Dentro do Plano Nacional do Desporto, é urgente definir quem é responsável por qual área do esporte e por qual fonte esta área será beneficiada. Esta definição das responsabilidades será oportuna para potencializar o investimento e otimizar os gastos.

Mudando um pouco o tema, mas imprescindível no sistema desportivo, quero chamar a atenção também para o esporte em comunidades, outro fator preponderante na cultura esportiva.

Não adianta termos centros esportivos ou vilas esportivas, como queiram chamar, se não houver manutenção dos equipamentos ou profissionais de educação física motivados. Os recursos humanos e de infraestrutura são essenciais. Mas nada que se construa, tudo que se mantenha, como ressaltai no início do texto, e que haja capacitação constante de valores para as aulas de educação física em centros esportivos. Ressaltando, no entanto, que o atendimento de vilas, em sua maioria, é avaliado apenas na quantidade de pessoas atendidas, sem validar a qualidade do atendimento e a faixa etária do público-alvo. Além disso, é preciso dar a crianças e jovens de comunidades a possibilidade de competir. Os centros esportivos são potenciais meios de revelação de atletas. O trabalho social deve ser prioritário, mas um jovem com uma medalha olímpica no peito reflete positivamente em milhares de crianças de onde este jovem saiu. Rafaela Silva, judoca, medalha de ouro na Rio 2016, oriunda da Cidade de Deus, é um maravilhoso exemplo.

Não é à toa que Geraldo Bernardes é o nosso homenageado neste ano de 2016. Transformou uma menina carente em uma heroína nacional.

Mas não quero terminar este texto sem falar de inclusão. A do pobre, do rico, do pivete, da criança autista, do menino paraplégico, da menina envergonhada, do garoto abrutalhado. Tampouco da orientação sexual, religiosa, da condição financeira ou da cor. Nossa sociedade se acostumou a criar estereótipos, a criar grupos sociais que permitem em seu dia a dia a exclusão do direito à cidadania. Rotulamos cada vez mais as pessoas que fazem parte da nossa sociedade e, simplesmente, nós as excluimos até mesmo sem saber. Por isso, meu pedido é que cada dirigente esportivo, atleta, profissional de educação física, patrocinador, gestor público, chame para si a responsabilidade de incluir quem quer que seja no ambiente esportivo. Temos uma ferramenta poderosa de transformação de uma sociedade.

“O esporte tem o poder de mudar o mundo. Tem o poder de inspirar, tem o poder de unir as pessoas de um jeito que poucas coisas conseguem” – Nelson Mandela.

Eu acredito nisso. Acredite também.

Saudações esportivas!

Por Fabiana Bentes

especial SDE

A percepção do Brasil por quem está de fora e a importância da governança e da boa gestão na estrutura do esporte brasileiro. Uma exigência da sociedade, uma tendência mundial e um desafio...alcançável.



Foto: Divulgação

|especial|SDE

JENS SEJER ANDERSEN

Fundador e Diretor Internacional da Play The Game

Lições de democracia: o dom do Brasil para o esporte mundial

A Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos Rio 2016 deixaram um legado inesperado, não só para o Brasil, mas para o esporte mundial: eles mostraram que o desporto deve ser colocado a serviço da democracia e não vice-versa. É hora de mudar radicalmente a governança do desporto.

Quando, nos últimos anos, eu viajei ao Brasil, a fim de compreender o impacto dos megaeventos globais que o País estava prestes a sediar, havia uma batalha fora das arenas que me chamou a atenção: pareceu que esses grandes eventos foram o epicentro de uma batalha entre o “antigo” e o “novo” Brasil.

Por um lado, o velho Brasil, representado por velhos privilégios para a família e as alianças clandestinas, entre elites empresariais amplamente corruptas e classes políticas, agindo isoladas do resto do País e tentando usar esses eventos para continuar a construir suas fortunas e seu poder político.

Do outro lado, o novo Brasil, com sua emergente classe média autoconsciente, desejando uma sociedade mais democrática e equilibrada, ansiosa para usar os eventos globais para alavancar instituições públicas mais fortes, bem como benefícios na educação, nas atividades esportivas e na construção da sociedade.

É muito cedo para aclamar um vencedor desta batalha, ainda em curso, embora os eventos no mais alto nível político parecem apontar o velho Brasil como tendo uma vantagem, ao menos momentaneamente.

Também parece que o velho Brasil conseguiu garantir uma série de benefícios comerciais, com projetos de obras e infraestrutura relacionados aos megaeventos, muitas vezes, por meio de investimentos de dinheiro dos contribuintes.

Certamente, grandes grupos do novo Brasil também se decepcionaram por que houve tão pouco interesse, por parte dos atletas olímpicos locais, de garantir que os eventos internacionais levassem a um melhor acesso ao desporto para todas as classes sociais e a educação esportiva para todos os níveis.

RAIOS DE ESPERANÇA

Entretanto, também há raios de esperança nessa imagem cinza. Os anos de preparação também deram origem a uma série de atividades entre grupos cívicos, que autoexerceram o seu direito à democracia e que começaram a trabalhar em conjunto para melhorar as estruturas e os processos dos esportes e da sociedade.

As autoridades federais ganharam respeito, monitorando o uso de dinheiro público e, quando necessário, lançando investigações sobre as suspeitas de abuso.

Isso não é uma conquista pequena. Colocar o interesse da sociedade acima da propaganda olímpica, raramente acontece, especialmente, em países que devem cumprir as obrigações previstas no recebimento dos megaeventos. E, no caso do Brasil, essa atitude democrática já deixou uma marca indelével no mundo esportivo.

Foi um choque profundo, não só para os governantes do futebol mundial, mas também para todo o esporte olímpico, quando milhões de brasileiros saíram às ruas, em junho de 2013, e incluíram a FIFA e seus negócios de futebol em uma agenda mais ampla de protestos contra uma sociedade corrupta e ineficiente.

Como as pessoas mais apaixonadas do mundo por futebol poderiam levantar a voz contra aqueles que organizavam a próxima grande festa? Por que eles pararam de torcer e começaram a pensar? Naquela época, o congresso e o governo já haviam atingido o poderoso Ricardo Teixeira e, agora, com o apoio do povo, quantos outros funcionários corruptos estariam ameaçados?

Com certeza, o novo Brasil tem desempenhado um papel crucial nos eventos que vêm abalando a FIFA, de cima para baixo, e causaram um processo de reforma que, talvez, trará progressos algum dia.

DETENÇÕES SEM PRECEDENTES

Uma ação muito menor, mas igualmente significativa, aconteceu durante os Jogos Olímpicos. A detenção, pela polícia do Rio, de Patrick Hickey – vice-presidente do Comitê Olímpico Internacional, presidente do Comitê Olímpico Europeu, presidente do Comitê Olímpico da Irlanda, vice-presidente da Associação dos Comitês Olímpicos Nacionais, em suma, uma das pessoas mais poderosas do esporte –, talvez o evento único e simples que mudará mais radicalmente o esporte nos anos vindouros.

Continua sendo investigado se Patrick Hickey é culpado ou não das acusações levantadas contra ele: angariar tickets e fazer parte de uma organização criminosa, dentre outras. Mesmo se for absolvido, as evidências apontam para pessoas no topo das olimpíadas como envolvidos em negócios obscuros ou encobrindo-os.

O presidente do COI, Thomas Bach, pela primeira vez na história recente, não quis voltar ao Rio para participar dos Jogos Paralímpicos, pois sabe que a polícia brasileira quer interrogá-lo.

O Brasil mostrou que nenhuma pessoa, nem mesmo um atleta olímpico, está acima da lei.

LÍDERES SOB ACUSAÇÃO

Em todo o mundo, os líderes desportivos internacionais chamam a atenção do Ministério Público. Como se sabe, mais de 40 funcionários e parceiros de negócios da FIFA estão, atualmente, no centro das atenções do FBI e do Ministério Público suíço. Vários já se declararam culpados.

O presidente da Federação Internacional de Handebol (IHF), Hassan Moustafa, do Egito, há anos tem sido submetido à investigação por fraude empresarial, pela polícia alemã.

O ex-presidente da Associação Internacional de Federações de Atletismo (IAAF), Lamine Diack, foi preso na França e teve seu passaporte apreendido, enquanto magistrados franceses analisavam as alegações de corrupção, ligadas ao escândalo de doping russo.

E não esqueçamos as recentes detenções de proeminentes dirigentes desportivos nacionais e as investigações parlamentares a esse mundo de sombras.

FALHAS SISTÊMICAS DO ESPORTE

Como chegamos a uma situação em que líderes de destaque nos esportes, que deveriam representar as virtudes do desporto e do voluntariado, e que deveriam incorporar os nobres valores olímpicos, atraem cada vez mais a atenção de órgãos de aplicação da lei? É por causa do ciúme dos governos? Dirigentes desportivos são pessoas particularmente gananciosas? Ou é por que os principais esportes modernos sofrem de uma série de deficiências sistêmicas que inevitavelmente os tornam uma estufa de crimes e da corrupção?

Alguns anos atrás, quando a Play the Game ficou quase esmagada pelo número de histórias de corrupção que haviam aparecido e continuavam aparecendo em um fluxo aparentemente interminável, nós nos propusemos a analisar o lado sistêmico do desporto internacional.

Com verba inicial da UE, nós reunimos alguns dos melhores especialistas em governança do esporte, das universidades de Ljubljana, Leuven, Loughborough, Utrecht, Universidade Alemã de Esportes de Cologne, IDHEAP em Lausanne e do Centro Europeu de Jornalismo. O principal resultado da nossa cooperação foi uma nova ferramenta para a referência da governança desportiva, o *Sports Governance Observer*. Em 2015, o PhD Arnout Geeraert a aplicou, pela primeira vez, sobre as 35 federações olímpicas internacionais.

FEDERAÇÕES VULNERÁVEIS

A ferramenta utiliza uma série de indicadores básicos para lançar luz sobre quatro dimensões essenciais da boa governança no desporto: transparência, controles e balanços, democracia e solidariedade.

Alguns dos principais resultados demonstram que, na média, as federações internacionais são muito vulneráveis a todos os tipos de abuso. Darei alguns números, a partir de 2015, tendo em conta que uma ou duas federações podem ter melhorado o seu desempenho em relação ao ano passado:

- Uma minoria de 12 federações (35%) publicam em seus sites os relatórios financeiros anuais auditados externamente. Apenas 6 federações (17%) publicam relatório geral de atividades anuais em seus sites, incluindo informações sobre ativos, contas, receitas de patrocínio e eventos
- Nenhuma das federações publicou relatórios sobre as remunerações, incluindo pagamento de diárias e bônus, de seus conselheiros e altos funcionários
- Em nenhuma das federações, a seleção de candidatos para receber grandes eventos ocorreu de maneira transparente e objetiva, em que os processos de licitação foram revisados de forma independente e atribuída uma pontuação com base em critérios pré-estabelecidos
- Em apenas 23 federações (66%), as eleições ocorreram de acordo com procedimentos claros e objetivos, e a votação secreta foi utilizada
- Apenas 4 federações (11%) tinham nomeado um Comitê de Indicações para realizar a verificação da integridade e qualificações dos profissionais. Em uma única federação, os candidatos foram obrigados a fornecer seu currículo
- Apenas 11 federações (31%) apresentaram algum tipo de termo de limitação para os líderes eleitos

Para todos esses fatos você pode adicionar as preocupantes evidências que temos, a partir de denúncias e investigações jornalísticas e policiais nos últimos anos.

A corrupção real e o potencial para abusos futuros é tão grande, que a reforma simplesmente pode não ser uma opção. Será que estamos perdendo nosso tempo pedindo por isso?

OBSTÁCULOS DE DENTRO E DE FORA

Há, ainda, mais obstáculos a serem superados, tanto do interior do desporto como de fora dele.

De dentro, o obstáculo mais grave, provavelmente, é o sistema de “uma nação, um voto”, que domina o esporte internacional. Até agora, os presidentes eleitos dos diversos esportes tiveram a capacidade de garantir a sua reeleição eternamente, redistribuindo as receitas de TV e de marketing para as federações filiadas de suas entidades.

Por que as federações filiadas às entidades internacionais votariam em um sistema com mais credibilidade, mas que lhes daria menos lucros e privilégios? Como dizem nos EUA: perus não votam para o Natal.

O problema vem crescendo desde que, em nome da globalização, o número de países-membros em muitos esportes explodiu. O diário dinamarquês Politiken, no início deste ano, revelou que, das 204 federações filiadas à Federação Internacional de Handebol, apenas 84 têm uma seleção ativa o suficiente para ser listada no ranking mundial da modalidade, e mais da metade dos países-membros não são diretamente acessíveis, mesmo que por sites ou contas de mídia social.

Mas todos os 204 países-membros têm um voto quando Hassan Moustafa busca a reeleição. Tuvalu, Papua Nova Guiné e Suazilândia dificilmente seriam capazes de encontrar número suficiente de jogadores para uma partida de handebol, mas cada um deles tem o mesmo poder de voto que a Alemanha, com 900 mil jogadores.

Se você acredita que o elemento básico da democracia nos esportes é uma nação, então está na democracia perfeita. Mas se você acredita que o atleta, individualmente, é o principal alicerce de uma modalidade, o sistema “uma nação, um voto” é completamente injusto e fora de proporções.

AUTONOMIA

Outro fator que está no caminho da verdadeira reforma é o muito aclamado conceito da “autonomia do desporto”. É uma ideia que os principais líderes do desporto usam sempre que sentem seu status ameaçado por políticos que são eleitos em processos verdadeiramente democráticos.

Várias e várias vezes os países foram suspensos ou ameaçados de suspensão se o seu governo não dançar conforme a música olímpica. Isso já aconteceu com Nigéria, Quênia, Índia, também com Montenegro, Grécia e mesmo a Polônia. Curiosamente, o movimento desportivo não reagiu contra os países em que esporte e governo são a mesma coisa, como Rússia, China, Azerbaijão e muitos outros estados autoritários.

A autonomia é uma coisa maravilhosa, se você quer fazer negócios sem controle e, no desporto, a autonomia tem sido, muitas vezes, usada como um escudo, atrás do qual o abuso pode se desenrolar. Ainda assim, é uma palavra-chave para o Comitê Olímpico Internacional e seu presidente, Thomas Bach, que no ano passado nomeou um enviado especial para proteger a autonomia do desporto e promover a boa governança. Esse mensageiro está no Brasil, em uma visita com duração indeterminada, seu nome é Patrick Hickey.

Dado o oficial entusiasmo olímpico com a autonomia, foi notável quando o membro mais antigo do COI, o canadense Richard W. Pound, em nossa última conferência da Play the Game, chamou a autonomia do desporto de “uma relíquia antiquada de uma época anterior”.

Pound perguntou: “Por que uma organização corrupta deve ser respeitada pela sociedade? Por que uma organização corrupta deve ser recompensada? [...] Não há uma resposta fácil – ela não deve...”.

A MUDANÇA PARA A LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO

Estou ciente de que nem todas as interferências governamentais no esporte são feitas para proteger os atletas e/ou as instituições da corrupção, e as organizações desportivas, em todo o mundo, têm o direito de pedir uma estrutura legal segura onde podem manter o controle do lado esportivo de suas atividades e sua tomada interna de decisão.

Não há falta de políticos poderosos, que gostariam de escolher os jogadores para a equipe nacional, demitir o treinador, colocar parentes em cargos de esportes proeminentes ou obter uma parte das receitas provenientes dos estádios. O desporto deve ser protegido de tal abuso.

Em minha opinião, a melhor proteção seria uma mudança de foco da “autonomia do desporto” para “a liberdade de associação”. Parece o mesmo, mas a diferença é enorme.

Liberdade de associação é um direito cívico fundamental, entrincheirado em todo o pensamento democrático e estabelecido em acordos internacionais fundamentais, tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção Europeia dos Direitos Humanos.

Ao passo que a autonomia do desporto é um privilégio exclusivo para um setor limitado, a liberdade de associação é um direito geral a todos os cidadãos – incluindo aqueles envolvidos no esporte –, para governar a si mesmos. Algumas vezes, quando o esporte se transforma em negócio, ele deve renunciar aos privilégios desfrutados por uma associação.

Talvez, o vento mude. Apenas no ano passado, a Suíça, casa de mais de 60 federações desportivas internacionais e do COI, apertou a sua legislação, de modo que a corrupção privada – o tipo de corrupção em que dirigentes desportivos têm prosperado – pode, finalmente, ser processada sob a lei criminal.

EXPERIÊNCIAS COM A SAÚDE DOS JOVENS

É uma triste ironia que os Jogos Olímpicos, em um país democrático como o Brasil, devam sofrer muito com a cooperação entre o esporte internacional e um Estado autoritário.

Por 20 anos, tenho seguido o desporto internacional de perto e não acho que qualquer evento minou mais fundamentalmente a confiança na cooperação esportiva internacional do que a decisão do COI – ou melhor, a falta de decisão – sobre a participação dos atletas russos, sob a bandeira russa, nos Jogos Olímpicos do Rio 2016.

Em dois relatórios independentes da WADA, houve evidências sólidas de envolvimento direto do governo russo na organização do doping de atletas. Isso não é para ser recebido levemente. Doping patrocinado pelo Estado significa que as mais altas autoridades políticas em um país impuseram experiências médicas em indivíduos jovens, colocando sua saúde em risco por muitos anos vindouros.

Esse foi um caso óbvio para o COI demonstrar que é uma organização regida por valores e princípios. Eximindo-se da parte principal da responsabilidade, deixando a tomada das decisões para as federações internacionais, e permitindo efetivamente que a grande maioria dos atletas russos pudesse competir, o COI iniciou uma abundância de problemas para si e para a comunidade internacional, problemas que não vão embora facilmente.

Pior de tudo, o COI falhou em uma promessa que fez e reforçou, desde que Thomas Bach tornou-se presidente, em 2013: proteger o atleta limpo.

OS ACORDOS COLETIVOS ESTÃO EM TODA PARTE

Aqueles que argumentam que o COI não poderia barrar os indivíduos de participar dos Jogos Olímpicos, por causa de erros cometidos por outros, parecem esquecer que os acordos coletivos e a responsabilidade coletiva são comuns no esporte – e em outros lugares na sociedade.

As convenções coletivas – tais como acordos de radiodifusão e de marketing, contratos públicos com organizações de elite do esporte etc. – trazem uma série de benefícios para indivíduos que não os receberiam graças ao mérito pessoal. E quando quebradas, as convenções coletivas, em algum momento, fazem mal a pessoas que são individualmente inocentes.

Essa é a natureza das convenções coletivas e, nesse caso, o COI falhou em seu dever de proteger um acordo coletivo que deveria beneficiar todos os atletas limpos.

À MERCÊ DE EXPLORADORES

Em vez disso, ao efetivamente permitir o doping patrocinado pelo Estado, desde que o Estado em questão tenha uma posição forte na estrutura do desporto, o COI coloca, individualmente, jovens atletas à mercê de pessoas que são livres para explorá-los para ganho financeiro ou político.

Isso vale para os atletas russos que, ao longo dos anos, foram convidados ou obrigados a submeter-se ao regime de doping de seus treinadores, gestores, dirigentes desportivos e políticos superiores. Como os relatórios da emissora alemã ARD e a WADA demonstraram, de forma convincente, o uso de doping não foi uma escolha livre. Doping foi, em grande parte, uma condição prévia para ser um atleta olímpico na Rússia.

O COI também não conseguiu proteger todos aqueles atletas de outros países que estão trabalhando sob as mesmas condições da Rússia, e que são coagidos ao doping da mesma forma. Países em que não há limites claros entre os detentores do poder nas instituições desportivas, governamentais e de antidoping. É mais importante para o COI proteger a reputação de líderes autoritários do que a saúde de seus atletas?

E o que acontece com os atletas de todo o mundo que, realmente, tentam ficar limpos e fazer o seu melhor para seguir as regras internacionais antidoping? Eles aceitam um regime antidoping que implica um acompanhamento rigoroso das suas vidas diárias, recebem visitas intimidatórias de controladores antidoping, que examinam qualquer substância que eles engolem. Eles aceitam todos esses inconvenientes em relação às regras desportivas, confiando que as autoridades desportivas mais altas iriam apoiá-los. Mas e agora que COI quebrou essa confiança, qual será a sua resposta?

COI CADA VEZ MAIS ISOLADO

Agora, o COI não só se distanciou de seus atletas, mas também de uma ampla gama de governos e instituições que não podem acreditar no que está acontecendo. Ao longo deste século, o COI tem investido milhões de dólares e muito prestígio político na construção de um sistema antidoping com credibilidade global e não pode aceitar que esses esforços sejam ridicularizados.

Logo antes dos Jogos Olímpicos, ministros do desporto de 19 países da UE, incluindo a Polónia, emitiram um comunicado declarando seu apoio à WADA e, em três ocasiões, 17 agências nacionais antidoping, de todo o mundo, reagiram fortemente contra a decisão do COI.

Também o Comitê Paralímpico Internacional (CPI) teve a coragem de entregar uma declaração extraordinariamente afiada ao tomar decisão oposta ao COI, excluindo todos os atletas paralímpicos russos dos jogos em curso no Rio. O presidente do CPI não mediu suas palavras, ao citar: “Tragicamente, essa situação não é sobre atletas enganando um sistema, mas sobre um sistema estatal que está traindo os atletas. Suas medalhas de caráter duvidoso me enojam. Elas mostram um flagrante desrespeito pela saúde e bem-estar dos atletas e, muito simplesmente, não tem lugar no esporte paralímpico. Sua sede de glória a todo custo afetou severamente a integridade e a imagem de todo o esporte”.

Poucos dias depois, Philip Craven teve sua resposta. Os fundos públicos no Brasil, reservados para os Jogos Paralímpicos, foram transferidos para cobrir despesas imprevistas durante os Jogos Olímpicos do COI. Poucos dias antes dos Jogos Paralímpicos, precisaram admitir que foram colocados em perigo real por cortes dramáticos. Isso poderia ter acontecido sem um aceno de cabeça de Thomas Bach para os brasileiros? Eu duvido.

NÃO É MAIS UMA ENCRUZILHADA

Nos últimos anos, temos ouvido muitas vezes que o esporte está em uma encruzilhada. Eu acho que isso não é mais verdade. Eu acho que o esporte olímpico já escolheu a sua rota, ao longo de uma estrada que leva mais longe dos ideais da Play the Game e de muitos outros que estão lutando, nomeadamente, por democracia, transparência e liberdade de expressão.

Isso significa que já não podemos limitar a nossa ação para monitorar a governança das federações clássicas. Isso ainda é uma tarefa muito importante, e a Sou do Esporte está fazendo um grande trabalho.

Devemos embarcar em uma visão mais abrangente do desporto e da atividade física, olhando para a variedade de interesses e valores que são representados no esporte, as múltiplas manifestações da cultura de movimento, jogos, dança e todos os outros tipos de atividade física voluntária e baseada em alegria.

Como uma inspiração, eu sugiro que você leia a recentemente renovada “Carta Internacional para a Educação Física, Atividade Física e do Desporto”. É um catálogo de recomendações que foram cuidadosamente negociadas entre um grupo muito amplo de partes interessadas, incluindo o movimento olímpico, mas não excluindo todos os outros, e menos de um ano atrás adotadas por todos os quase 200 estados-membros da Unesco.

Como todos os outros documentos internacionais, a linguagem, às vezes, é nebulosa e as declarações muito gerais. Mas se você estudar as recomendações da Unesco e compará-las com as condições do esporte em seu país, estou quase certo de que você vai encontrar uma série de questões que podem inspirar o seu trabalho e estimular o debate sobre as políticas do esporte. O Brasil foi um dos países mais ativos na elaboração desse documento, e agora é obrigado a promover essas visões.

NECESSIDADE DE UMA ESTRATÉGIA NACIONAL

Uma das minhas recomendações favoritas, no aspecto em que tal documento pode realmente fazer a diferença se você usá-lo, é o artigo afirmando que: “Todas as partes interessadas devem participar na criação de uma visão estratégica, identificando opções e prioridades políticas”.

Isso tem importância por, pelo menos, duas razões: o governo não pode fugir de sua responsabilidade de definir uma visão estratégica nacional para o desporto. Em quantos países isso acontece?

Essa recomendação joga a favor do novo Brasil. Minha esperança é que ela será utilizada por todas as organizações, instituições, atletas, assistentes sociais, grupos profissionais e outras partes interessadas, que trabalham para promover a atividade física e o desporto.

Isso poderia levar ao que o Brasil ainda precisa: uma estratégia nacional de esportes. Uma estratégia que não é motivada apenas pela contagem de medalhas no desporto de alto rendimento, mas destina-se a estender a mão a todos os cidadãos do País. Pode fomentar uma nova criatividade, convidando novos grupos para se expressarem. Pode fortalecer a liberdade de associação, envolvendo novos grupos de ativistas e voluntários.

No Brasil, que ao contrário de muitos outros países já é abençoado com organizações como o Sesc e o Sesi, que promovem o desporto para todos os cidadãos, a carta da Unesco abre um mundo de oportunidades para a renovação e a definição do conteúdo e das estruturas do desporto. Você não tem que esperar pelos outros para reformar o desporto. Você, o novo Brasil, pode tomar os esportes em suas próprias mãos.

Boa sorte!

Por Jens Sejer Andersen

**DURANTE OS JOGOS RIO 2016 NÓS CONTAMOS AS MELHORES
HISTÓRIAS DO ESPORTE NOS CAMPOS, QUADRAS, PISTAS E PISCINAS.
NO MOMENTO EM QUE ACONTECERAM. ONDE O ASSINANTE ESTAVA.**

ESSA É A NOSSA PAIXÃO. E AS NOSSAS CONQUISTAS TAMBÉM SÃO SUAS.





OS **16 CANAIS EM HD** TIVERAM AUDIÊNCIA **3,5X MAIOR** QUE A SOMA DOS OUTROS CANAIS ESPORTIVOS.



AUDIÊNCIA **266% MAIOR** EM RELAÇÃO A TV ABERTA B, ENTRE INDIVÍDUOS COM PAY TV, CLASSE AB.



REPERCUSSÃO INTERNACIONAL DA NOSSA COBERTURA CAMPEÃ.



38 MILHÕES DE PESSOAS DIFERENTES (**66% DA BASE PAY TV**) PASSARAM PELOS 16 CANAIS NOS JOGOS.



1,1 MILHÃO DE DOWNLOADS DO APLICATIVO SPORTV RIO 2016.



MAIS DE **377 MILHÕES** DE MINUTOS CONSUMIDOS NOS 16 CANAIS (SPORTV PLAY E APLICATIVO).



MAIS DE **130 MILHÕES DE VIDEOVIEWS** (APLICATIVO, SPORTV PLAY, FACEBOOK).



DURANTE A PARALIMPIÁDA A AUDIÊNCIA DOS CANAIS SPORTV FOI **192% SUPERIOR À SOMA DOS CONCORRENTES** ESPORTIVOS, ENTRE INDIVÍDUOS COM PAY TV.



Javier
Sotomayor



Milton
Leite



Luiz
Carlos Jr.



Mark
Spitz

SIDES

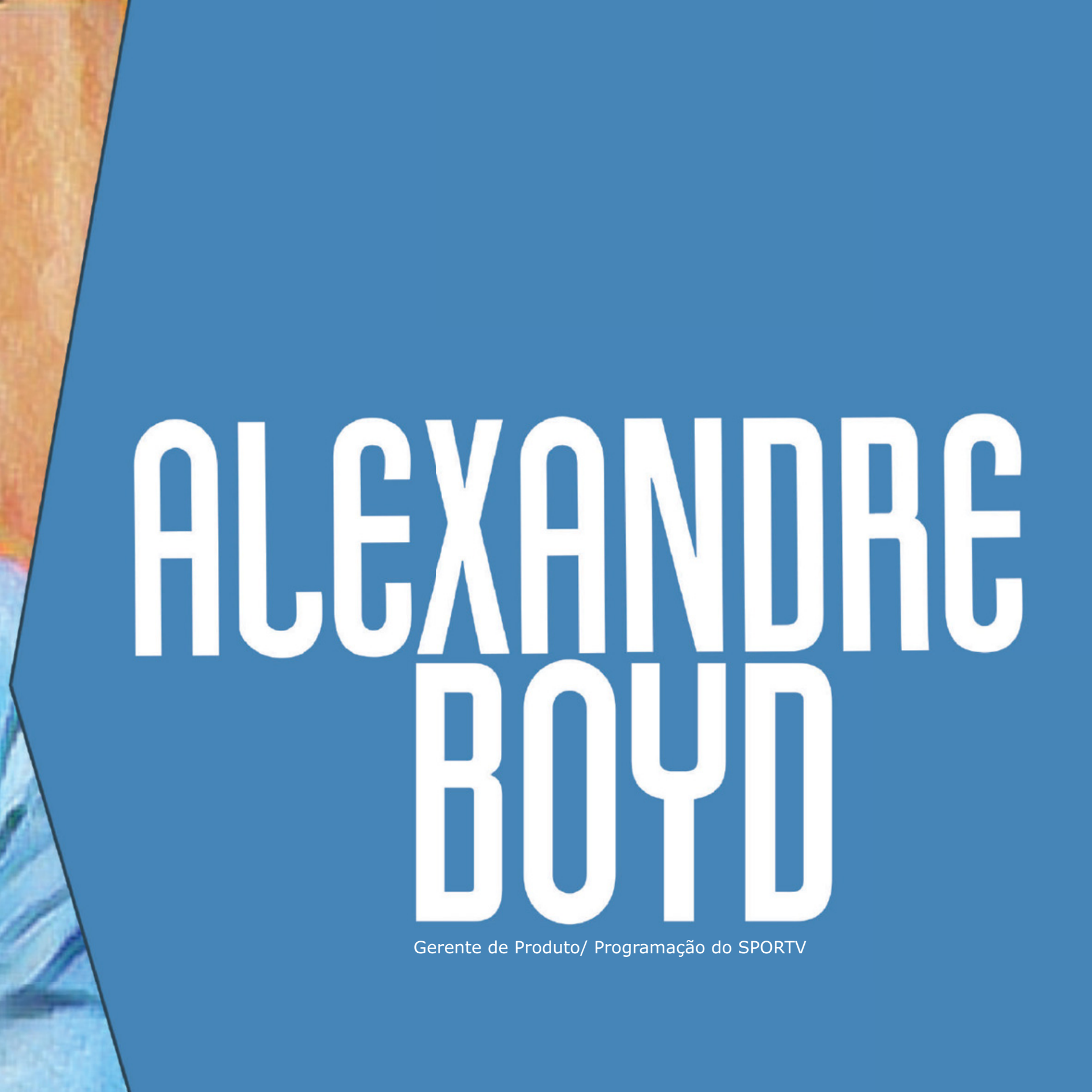
EMISSIONA OFICIAL

SPORTV





Foto: Rodrigo Castro



ALEXANDRE BOYD

Gerente de Produto/ Programação do SPORTV

Somos todos campeões

Nós somos apaixonados por esporte. Buscamos grandes histórias e emoções inspiradoras que só o esporte nos proporciona. Queremos contá-las da melhor maneira e fazer diferença na vida das pessoas. É a nossa missão. O que nos define!

Desde 1991, quando ainda se chamava Top Sport, milhares de histórias passaram pelas telas do SporTV. São 25 anos de grandes momentos e muita dedicação. Sabemos que, para trabalhar em televisão, é preciso paixão. É trabalhar em uma fábrica de sonhos, de histórias surpreendentes. E o nosso sonho da Rio 2016 começou em 2012, logo após os Jogos de Londres.

A cada ciclo olímpico nós tínhamos o desafio de fazer melhor. Uma Olimpíada no Brasil, no Rio de Janeiro, na nossa casa. E agora? Para que o SporTV pudesse se destacar, precisávamos desenhar uma cobertura muito ambiciosa. Ter 16 canais em HD na TV, 56 sinais on-line e cobrir 100% dos eventos parecia um sonho distante que, com uma preparação quase enlouquecedora, tornou-se realidade.

Não temos dúvida de que essa cobertura é um marco na história da televisão brasileira e uma rara e ótima oportunidade de fazer história. Mais ainda: uma rara oportunidade de contar histórias maravilhosas. E foi o que fizemos.

Durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016, atletas e heróis anônimos foram a nossa matéria-prima. O maratonista que vence sem aparentar esforço. A mãe que vê a redenção da filha nos tatames. E chora. O narrador que se emociona. A superação de todos os limites.

Uma entrega sem precedentes. Nunca tanto foi oferecido ao espectador brasileiro. Foram mais de 4 mil horas de conteúdo, com 100% dos Jogos Olímpicos transmitidos ao vivo, 24 horas no ar. Números tão impressionantes que só se comparam à entrega dos 1.591 profissionais que tornaram esse sonho possível.

Um ciclo único que se encerra com a certeza de termos feito o nosso melhor, de termos superado as nossas expectativas, porque você não encara uma maratona dessas se não tiver uma equipe com esse espírito olímpico.

Somos uma geração de ouro por termos vivenciado e trabalhado em uma Copa do Mundo, uma Olimpíada e uma Paralimpíada em nosso país. O ano de 2016 foi, sem dúvida, especial para o SporTV. E 2017 será ainda mais desafiador. Continuamos com a mesma responsabilidade de acompanhar e fomentar as modalidades esportivas, além do futebol. Precisamos manter a olimpíada viva, continuar a acompanhar os atletas. São mais de 5 mil eventos ao vivo, por ano, produzidos e transmitidos pelo SporTV.

Buscamos sempre o melhor conteúdo para os telespectadores. Para os amantes de futebol, o melhor da modalidade: campeonatos brasileiros das séries A e B, estaduais, os mundiais e Copa do Brasil. NBA, Liga Mundial de Vôlei, a Superliga, a Copa do Mundo de Futsal, a Liga Futsal, os treinos da Fórmula 1, todas as provas do mundial de Moto GP, o tradicional torneio de Wimbledon, US Open, NBB e muitos outros eventos completam o nosso portfólio.

Atualmente, são 16 horas diárias de jornalismo esportivo ao vivo, com a apresentação de um vasto leque de programas, como o “Redação SporTV”, que coloca em discussão, logo pela manhã, tudo o que acontece no mundo esportivo; “Seleção SporTV”, apresentado por Marcelo Barreto; “Tá Na Área”, o “SporTV News” e o “Bem, Amigos!”, comandado por Galvão Bueno.

O foco continua sendo entregar a melhor experiência para os assinantes, em diferentes plataformas. Para isso, é preciso entender as especificidades e oportunidades que cada uma oferece. Baseamos as nossas decisões no consumidor e temos em mãos produtos que nos oferecem a possibilidade de despertar paixões, de mudar a vida de muitas pessoas. Com a vantagem de termos sempre a emoção do inesperado, do ao vivo, em nossos conteúdos.

Por Alexandre Boyd



Foto: Divulgação

ANDRÉ HELLER

Campeão Olímpico de Vôlei
Embaixador do Esporte e
Coordenador Técnico do Vôlei Brasil Kirin

A importância da gestão profissional no esporte

No dia 05 de abril de 2014, ao apito final do árbitro encerrando o jogo válido pela semifinal da Superliga de Vôlei 2013/2014, no qual a minha equipe foi derrotada, encerrava-se também a minha aventura como atleta profissional. Foram 24 anos dedicados à prática do voleibol, a minha grande paixão. Foi um dia de fortes emoções.

Dúvidas acompanharam-me durante toda a carreira: o que fazer depois de parar de jogar? Qual caminho escolher? Qual o meu futuro? No entanto, elas foram sendo amenizadas a partir da escolha de ir para sala de aula e conciliar a - prática desportiva - à capacitação - tornar-me capaz - para outra opção profissional. Isso porque vivemos em um país onde, na maioria dos casos, os atletas seguem o caminho do esporte em detrimento da educação, condição essa que, a longo prazo, coloca no mercado ex-atletas (eu prefiro pós-atletas) sem preparo para lidar com a nova realidade que os cerca: o mercado de trabalho fora das quadras, campos e pistas.

Em abril de 2014, quando comecei a minha nova aventura, já fora das quadras, percebi que a capacitação e a profissionalização também eram questões fundamentais nos bastidores do esporte. Hoje percebo na prática a importância de uma gestão profissional nas Instituições Esportivas, porém a realidade não condiz com a necessidade.

O panorama da gestão de Instituições Esportivas vem evoluindo na direção da profissionalização, porém de forma muito lenta, estando muito longe do ideal já alcançado em outros países. A administração esportiva no Brasil, com algumas exceções, encontra-se ainda em estágio amador, considerado esse um dos motivos para o lento progresso do esporte nacional.

a gestão amadora aliada à natureza associativa das entidades de administração do esporte no Brasil resulta em algumas características básicas que contribuem para a realidade deficitária da gestão do esporte no país. Entre elas, o fato de os dirigentes serem eleitos e não remunerados, haver o predomínio da paixão sobre os negócios das entidades, o público-alvo das entidades ser composto por filiados, conselheiros, praticantes e simpatizantes, a ênfase ser nos estatutos no processo de decisão, além de as organizações não terem fins lucrativos².

Na gestão considerada profissional nas Instituições Esportivas, os dirigentes precisam ter formação superior e passar por processos seletivos. Também devem ser remunerados e cobrados por resultados, predominando a visão de lucro, rentabilidade e da ética na gestão da entidade. Além disso, os gestores devem ter grande poder no processo de decisão, que é norteado pelas oportunidades de mercado. Essa gestão visa atender a diversos segmentos do mercado, com visão estratégica na busca de resultados, por parceiros comerciais e investidores, objetivando o sucesso da instituição, visto que seu maior patrimônio é a sua marca³.

Partindo desses princípios, a profissionalização da gestão esportiva está diretamente ligada ao sucesso das instituições, sendo elas de prática ou de administração, sendo assim, para alcançar uma gestão mais assertiva, a exemplo do que acontece em outras áreas, os profissionais que administram as Entidades Desportivas precisam ter conhecimento amplo do ambiente de negócios.

Recentemente realizamos em nosso país dois grandes eventos esportivos: a Copa do Mundo de Futebol 2014 e os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016, impulsionando a economia da Indústria do Esporte, tornando o momento favorável para a evolução integral do ambiente esportivo. Assim como os atletas treinam e se capacitam para alcançar resultados através da alta performance, as instituições esportivas e seus gestores devem passar pelo processo de capacitação e profissionalização, aumentando as chances de sucesso e perenização de suas entidades.

Somos um país de mais de 206 milhões de habitantes (IBGE, setembro 2016), onde o PIB da Indústria de Esportes representa quase 2% do PIB brasileiro, considerando receitas, impostos, empregos e empregadores diretos e indiretos, salários, etc. Dessa forma, é fundamental um processo de profissionalização da gestão esportiva que assegure a formação de profissionais mais capacitados para entender as demandas e necessidades do ambiente esportivo, considerando toda a sua complexidade. Como consequência, poderemos ter instituições perenes, transparentes, éticas e sustentáveis.

Por André Heller

¹ FELÍCIO apud MATTAR, FAUZE NAJIB (Org.), 2004; MATTAR, MICHEL FAUZE (Org.). **Gestão de Negócios Esportivos**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013, p.7).

² Idem, p. 8.

³ Ibidem, p. 8.



ANDREW PARSONS

Presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro

Um novo movimento paralímpico

Dizer que foi um ano histórico para o esporte paralímpico brasileiro não é o bastante para dar a exata dimensão do que 2016 significou. Os Jogos Paralímpicos Rio 2016 serão lembrados por muitos anos, pelo sucesso dos atletas brasileiros e pela festa da torcida. Foram 2,1 milhões de ingressos vendidos. Foram 72 medalhas conquistadas pelo Brasil, #PódioTodoDia, como na hashtag criada pelo CPB e compartilhada mais de 1,2 milhão de vezes durante os 11 dias de competição.

Mas, para nós, 2016 começou a entrar para a história no segundo dia do ano. Em 2 de janeiro, entrou em vigor no Brasil o Estatuto da Pessoa com Deficiência, a Lei Brasileira da Inclusão. Além de garantir, entre outras medidas, condições de acesso à educação e saúde, e estabelecer punições para atitudes discriminatórias contra pessoas com deficiência, a nova legislação também trouxe mais investimentos no esporte paralímpico. Com o aumento do percentual das loterias federais, via Lei Agnello/Piva, o valor repassado ao CPB mudou de 15% para 37,04%.

Essa conquista foi alcançada graças à credibilidade que o movimento paralímpico atingiu. Foi também um reconhecimento ao trabalho realizado pelo CPB ao longo dos anos. Os novos recursos nos permitem a gestão do Centro de Treinamento Paralímpico (CT), outro marco do histórico 2016. Construído em São Paulo, com recursos dos governos estadual e federal, o CT inaugurado em maio fará com que o Brasil esteja no mesmo nível de preparação de outras potências paralímpicas. Com capacidade para receber 15 modalidades, o CT também abrigará a maioria das competições do calendário paralímpico. Queremos que o público se habitue à nossa casa e compareça aos eventos para ver os ídolos de perto.

Foi nos Jogos Paralímpicos que o Brasil conheceu seus novos ídolos. No primeiro sábado do evento, 170 mil pessoas bateram o recorde de público do Parque Olímpico – mais do que em qualquer dia dos Jogos Olímpicos. As imagens dos carrinhos de bebês estacionados na entrada das arenas rodaram o País. O clima era de uma grande festa, crianças, jovens e adultos se encantando com esporte e entretenimento de alto nível. A deficiência dos atletas se tornou um detalhe,

uma característica longe de ser a mais importante. No público, três vezes mais pessoas com deficiência do que nas olimpíadas. O legado estava ali, em tempo real.

Pelo lado esportivo, ficamos extremamente satisfeitos com a participação dos nossos atletas no Rio. A meta de terminar na quinta colocação no quadro de medalhas não foi alcançada, mas não era a única. Um dos grandes objetivos era aumentar o número de medalhas no total e as modalidades no pódio. Dos Jogos de Londres 2012 para o Rio 2016, demos um salto de 43 para 72 medalhas (67% a mais). De 7 modalidades com medalhas, passamos para 13, com 4 delas chegando ao pódio pela primeira vez: canoagem, ciclismo, halterofilismo e vôlei sentado.

O desempenho mostra que o trabalho foi bem-feito. Nada menos do que 93 atletas fizeram nos Jogos Paralímpicos Rio 2016 as melhores marcas de suas vidas. A geração pós-Londres brilhou e 15 atletas com menos de 23 anos (8 homens e 7 mulheres) subiram ao pódio. Nomes como o paraibano Petrucio Ferreira, 19 anos, medalhista de ouro e recordista mundial nos 100 m da classe T47; e Verônica Hipólito, 20 anos, medalhista de prata nos 100 m e bronze nos 400 m classe T38, cativaram o público.

Na mídia, tivemos um alcance sem precedentes. A final do futebol de 5, quando nossos craques do futebol para cegos conquistaram o ouro pela quarta vez seguida, foi o único evento dos Jogos Paralímpicos em que foi preciso distribuir ingressos para a imprensa credenciada, por causa do interesse pela partida, muito superior ao espaço disponível nas tribunas. Nos Jogos Olímpicos, o mesmo procedimento foi necessário em alguns jogos da seleção americana masculina de basquete.

A belíssima e emocionante cerimônia de abertura quebrou o recorde de audiência do canal SporTV 2 (4,2 milhões de pessoas), o mesmo que transmitiu algumas Copas do Mundo e Jogos Olímpicos desde que foi criado, em 2003. Os jogos foram um enorme sucesso com o público feminino. Enquanto a média de audiência do SporTV é de 30% de mulheres, nos Jogos Olímpicos passou para 42% e nos Paralímpicos o número foi de 47%. Para não deixar dúvidas do impacto dos jogos no nosso país, no dia seguinte ao encerramento, Daniel Dias tornou-se o terceiro atleta a ser convidado para a bancada do Jornal Nacional. Antes dele, apenas Ronaldo Fenômeno e Gustavo Kuerten.

Os números apontam o caminho para o futuro. Dois mil e dezessete é o último dos meus oito anos à frente do CPB. Fico feliz em poder dizer que o próximo presidente poderá trabalhar com um orçamento muito mais robusto do que eu tinha quando assumi e com modalidades e atletas muito mais conhecidos pela população brasileira.

Mas este inesquecível ano de 2016 ainda deixou uma meta a ser alcançada. Se antes eu dizia que era uma grande miopia das empresas privadas não investir nos atletas e no esporte paralímpico, agora essa miopia virou cegueira. Os poucos, mas bem-sucedidos, exemplos de empresas do setor privado que investiram no esporte paralímpico reforçam ainda mais o potencial de retorno. Os futuros formadores de opinião, que vão crescer lembrando o quanto os Jogos Rio 2016 foram incríveis, certamente, saberão aproveitar essa oportunidade. Cabe à geração de hoje fazer o mesmo.



Foto: Divulgação

ARIALDO BOSCOLO

Presidente da Federação Nacional dos Clubes (Fenaclubes)

Federação Nacional dos Clubes do Brasil

A Federação Nacional dos Clubes do Brasil – FENACLUBES é a entidade oficial da categoria, tem representação nacional e seu principal objetivo é a defesa dos clubes, destacadamente junto ao Congresso Nacional e ao Governo Federal na aprovação de leis e medidas em favor dos clubes.

A FENACLUBES também é responsável pela realização de eventos que promovem a capacitação de dirigentes e profissionais do segmento, como o Congresso Brasileiro de Clubes, trabalhando constantemente com o Ministério do Esporte (nos programas das leis de incentivo ao esporte, formação de atletas, etc); o Ministério da Cultura (programas culturais da Lei Rouanet, entre outros) e Ministério do Trabalho (nas áreas trabalhistas, tributária e em debates de convenções coletivas). A FENACLUBES vem atuando diretamente junto ao Congresso Nacional, estando sempre atenta a toda e qualquer mudança que venha a afetar de alguma forma a administração e o funcionamento do segmento, acompanhando toda a tramitação, inclusive com a participação nas audiências públicas e reuniões das comissões da Câmara dos Deputados e Senado Federal.

Sua atuação abrange os clubes em todo o território nacional, como uma federação deve atuar. É exatamente por isso que a FENACLUBES utiliza uma bandeira nacional estilizada em seu logo, reforçando também em sua identidade visual todo o seu alcance.

Tudo isso porque os clubes representam um papel imprescindível na História da sociedade brasileira. A construção dos valores de cidadania passa também pelos clubes, verdadeiros palcos de debate e de encontro entre famílias. Da criança ao idoso, todos passam pelos clubes que congregam e fomentam todas estas atividades:

- No esporte, acabam sendo os principais responsáveis pela iniciação e aperfeiçoamento de atletas olímpicos e paraolímpicos, muitas vezes assumindo o papel da escola na formação esportiva de crianças e jovens.
- Na economia: pela geração de empregos
- Culturais: shows, apresentações de dança, teatro e incentivo à leitura nas bibliotecas dos associados e outras formas de difusão.
- Sociais e de lazer: atividades de relacionamento, workshops e de integração.

Em sua missão, a Federação Nacional dos Clubes do Brasil - FENACLUBES representa os clubes brasileiros e desenvolve ações que contribuam com a integração e capacitação de seus dirigentes.

Por Arialdo Boscolo

CAMPEÃO OLÍMPICO

CAPITÃO DA SELEÇÃO BRASILEIRA POR 8 ANOS

ÚNICO CAMPEÃO MUNDIAL EM TODAS AS CATEGORIAS

HALL OF FAME

ELE TEM MUITA HISTÓRIA E MUITAS EXPERIÊNCIAS PARA COMPARTILHAR

Saiba mais e contrate:

www.nalbert12.com.br



@nalbert



/nalbert





Foto: Divulgação NBA

ARNON DE MELLO

Vice-Presidente para America Latina da NBA

A autêntica experiência NBA

Há quatro anos, a NBA se instalou no Brasil. Abriu seu escritório no Rio de Janeiro com o propósito de fazer negócios e trazer o basquete para mais perto dos fãs do País. Era um sonho antigo que, em 2012, virou realidade, e estamos vivendo esse sonho intensamente. Desde então, firmamos parcerias, trouxemos eventos, jogadores, aproximamos a liga do público e vimos que há muito mais no basquete do que a simples paixão pelo esporte.

A NBA não se resume aos jogos. Ela é muito maior do que isso, pensa em muito mais do que isso. Uma das características principais é o respeito com que trata o seu público. Tudo o que fazemos é planejado, nos mínimos detalhes, pensado para atender esse fã exigente, que acompanha, consome, respira e se inspira nos grandes jogadores e, especialmente, nos exemplos.

A NBA respira esporte e sabe que ele precisa ser para todos. A prática esportiva molda caráter, forma cidadãos, desenvolve valores e cria oportunidades, e é por isso que estão inseridos, dentro do dia a dia da liga, projetos como o “NBA Cares” e o “Jr. NBA”. Engajados nisso estão também franquias, parceiros e atletas, envolvidos com ações, projetos e iniciativas que visam auxiliar jovens, crianças e dar uma importante contribuição para a sociedade.

Foi por meio dessa filosofia que, aqui no Brasil, reformamos quadras públicas da cidade do Rio de Janeiro, como Fadel Fadel e Lagoa, e de comunidades, como as do Complexo do Alemão e da Cruzada São Sebastião. Inauguramos também o primeiro polo Jr. NBA, no Complexo da Rocinha, uma área identificada com o esporte que, em poucas semanas, já registrava perto de 100 meninos e meninas inscritos.

O Jr. NBA está presente também em dezenas de escolas públicas do Rio de Janeiro e de São Paulo, por meio da parceria que temos com o projeto GIBI (Grupo de Iniciação ao Basquete Infantil), uma iniciativa séria que foi abraçada pela NBA, atendendo mais de oito mil jovens no contraturno das aulas. Em breve, vamos ampliar o projeto Jr. NBA.

O esporte é inclusivo, é sugestivo, é um fator importante de motivação e de transformação. Temos visto isso ao longo dos anos, recebendo no País jogos oficiais de pré-temporada da NBA (NBA Global Games), promovendo a nossa plataforma de 3x3 (NBA3X), trazendo o mesmo entretenimento que os fãs podem ver nas arenas dos Estados Unidos, trazendo os atletas, os nossos brasileiros, os nossos ídolos, abrindo espaço para experiências inesquecíveis, como a que tivemos recentemente, durante as Olimpíadas, com a NBA House, onde mais de 80 mil pessoas visitaram o espaço e nos elegeram a “Melhor Casa dos Jogos Rio-2016”, em votação popular.

A resposta do público tem sido fantástica. Do mercado também. Sem parceiros, não avançaríamos com projetos e planos no País. Estamos abrindo a primeira loja física da América Latina, a NBA Store no BarraShopping, aumentando o leque de eventos e ações no Brasil, buscando oferecer o que chamamos de “autêntica experiência NBA” para todos, das mais diversas áreas e classes, de todas as idades, porque sabemos que a paixão é uma só. E ela é muito forte.

Por Arnon de Mello



Foto: Arquivo Pessoal



CLARISSE SETYON

Profa. MSc MBA Negócios do Esporte da ESPM

Paixão pelo paradesporto

Lembro bem como e quando começou.

Não foi assim “à toa”. Era 2014, em um desses eventos sobre esporte (que agora pipocam em todos os cantos), daqueles bem pagos, com pessoas importantes.

Uma dessas pessoas importantes (ele não é só importante, é muito mais) era o Andrew Parsons, atual presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB).

Era, se não me engano, pela manhã ainda. Eu já tinha tido a oportunidade de escutá-lo em outros eventos, mas, desta vez, foi surpreendente.

Ele subiu ao palco e com uma calma de quem entende, explicou como funciona o comitê, como é feito o planejamento de curto, médio e longo prazo, os objetivos mensuráveis, as estratégias, dentre outros.

Quem, como eu, trabalhou mais de 25 anos em corporações globais, ficou surpreso. Afinal, eu também já tinha 10 anos de envolvimento com o esporte e jamais havia ouvido alguém falar com tal propriedade. Pensei: “tudo faz sentido finalmente”.

Acabada a apresentação, o espaço é aberto para perguntas de quem pagou caro para estar ali. E vem a óbvia. Bem, talvez, a pergunta não fosse tão óbvia, mas tinha certeza de que a resposta seria: “Quais as dificuldades de se obter patrocínio para o CPB e para seus atletas?”, questiona alguém da plateia).

Como já era sabido, Andrew nos conta que quase 100% do patrocínio do comitê vem de dinheiro público, especialmente das loterias da Caixa. Mas ele decide esticar um pouco a resposta e conta à plateia o “causo” de duas empresas (os nomes não foram citados). Ambas queriam patrocinar o CPB, porém, havia uma condição: as marcas não poderiam aparecer durante as provas e nos uniformes dos atletas. Andrew, surpreso, perguntou o porquê da condição, afinal, esse (infelizmente) é o grande benefício que empresas patrocinadoras do esporte buscam, a visibilidade.

Resposta das empresas: “não queremos vincular nossas marcas a produtos defeituosos”. Choque, corta.

O próximo evento que me aproxima do paradesporto é um bate-papo com Jairo Marques, jornalista da Folha de S. Paulo. Jairo esteve na Paralimpíada de Londres, em 2012, para fazer a cobertura das competições. Ele contou como se sentia livre para circular com sua cadeira de rodas por lá, como não se sentia olhado com “dó” pelas pessoas na rua, em resumo, como havia sido sua experiência em um país que dá condições e reconhece os direitos de seus deficientes há dezenas de anos.

Decidi fazer algo. A ESPM me deu essa oportunidade quando, em 2015, eu era coordenadora do MBA de Negócios do Esporte. Senti uma necessidade tremenda de discutir o assunto, entender melhor esse mundo a que havia acabado de chegar. Discutir com quem já estava na estrada há muito tempo (aliás, em que caverna eu estava vivendo que não havia atentado para tudo isso antes?).

Inspirada pela apresentação do Andrew e pelo papo com o Jairo, fui ler, aprender, ver, entender, pois minha especialização no assunto só não era zero por que eu havia ido a Brasília, em 2015, ministrar um curso de marketing esportivo a um grupo de colaboradores do Comitê Paralímpico.

Fui assistir a uma competição de natação no Ibirapuera. A anã sobe no bloco de largada tranquilamente; uma nadadora biamputada dos braços abre um copinho de água mineral de maneira surpreendente; o Daniel Dias ganha uma medalha e para ir buscá-la tem que achar a perna que alguém escondeu... Como assim, alguém escondeu uma perna? É, é outra realidade. E é real, essa é a melhor parte! Tão real como a minha, que nado com dois braços e duas pernas funcionais, tenho um pouco de miopia, mas até consigo ir ao cinema sem óculos, enfim, longe da perfeição, porém sem chances de participar de uma prova de esporte adaptado.

Aí o bichinho me mordeu. Em outubro de 2015, aconteceu o I Encontro de Paradesporto e Marketing, na pós-graduação da ESPM. Sucesso. Foram discutidos o marketing esportivo do paradesporto, a invisibilidade das competições na TV, o pós-carreira dos atletas, a psicologia esportiva do paradesporto, dentre outros. O encontro contou com pessoas incríveis para discutir os temas: jornalistas, psicólogas, professores da ESPM, atletas e a equipe de marketing do CPB, além de ter tido a honra de receber o próprio Andrew e a doutora Linamara Battistella, secretária dos Direitos das Pessoas com Deficiência.

Acredito, sinceramente, ter plantado o bichinho em todos que ali estavam a fim de aprender mais sobre o paradesporto. Era a intenção.

Qual não foi a minha alegria ao ver, no Rio de Janeiro, após algumas dificuldades, o sucesso que foi a Paralimpíada 2016?

O evento foi a oportunidade de mostrar ao País o que é o paradesporto, quem são esses atletas, que brigam por décimos de segundos, centímetros, pontos e gols, que treinam até a exaustão, que têm metas, que querem morder medalhas.

Foi a oportunidade de mostrar ao País a importância do esporte como, talvez, a maior possibilidade de inserção social para deficientes, sejam eles crianças, jovens ou adultos (pense nos acidentes de trânsito, acidentes de trabalho).

Mais do que isso, foi a oportunidade que permitiu a nós, brasileiros, descobrirmos os atletas deficientes, aqueles que não vemos competindo na TV (a TV Brasil foi a única emissora aberta a transmitir integralmente a Paralimpíada do Rio), não vemos em comerciais, não vemos nas ruas (menos de 5% das ruas do País são consideradas "acessíveis"), nos shoppings. Enfim, não os vemos e, quando os vemos... Bem... Que o evento do Rio deixe um legado: paratletas estão treinando duro o ano todo, não apenas para fazer bonito no Rio de Janeiro, em 2016.

Acompanhe, tenha interesse, leve seus filhos, sobrinhos, netos, alunos para assistir às competições. Conte para quem gosta de esporte. Aprenda. Estude. Vamos fazer mais para dar maior visibilidade a eles. Não tem por que ser diferente, afinal, somos apaixonados por esporte, certo?

"A gente percebe que as pessoas nos veem com outros olhos quando estamos numa competição, fazendo coisas que, de repente, muita gente que não tem problema físico nenhum acha impossível fazer. Isso dá um ânimo tão grande para continuar a viver, para continuar tocando a vida e superar todas as barreiras que existem. Acho que isso vale por qualquer coisa" – Atleta paralímpico

Por Clarisse Setyon

**INVESTIR NESTE MAR DE OPORTUNIDADES
É CONTINUAR BENEFICIANDO O FUTURO DE MAIS JOVENS.**

AO LONGO DE 18 ANOS
O PROJETO GRAEL
BENEFICIOU MAIS
DE 15 MIL ESTUDANTES
DA REDE PÚBLICA.

**PATROCINE ESTA
INICIATIVA E
REVELE CAMPEÕES!**

WWW.PROJETOGRAEL.ORG.BR (21) 2711-9875
LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE





CLAUDIA BOCCIARDI

Diretora de Marketing Institucional da Braskem

0 paradesporto como

Sentir-se inspirado por algo ou alguém é um sentimento tipicamente humano. Afinal, é da nossa natureza buscar um sentido maior em nossa rotina e em nosso trabalho. Não é diferente na Braskem, empresa que hoje é considerada a maior produtora de resinas termoplásticas das américas e está presente em mais de 70 países.

Todos os nossos oito mil integrantes compartilham uma única crença: a de que a química e o plástico tornam a vida melhor. É dela que vem o nosso propósito, aquilo que dá sentido ao que fazemos: “melhorar a vida das pessoas, criando as soluções sustentáveis da química e do plástico”.

Os dois conceitos são desdobramentos da nossa cultura organizacional, elaborada a partir da Tecnologia Empresarial Odebrecht (TEO), um conjunto de valores morais e éticos que valoriza o ser humano, a disposição para servir, a capacidade e o desejo de evoluir e a vontade de superar resultados.

Juntas, essas ideias mostram um significado maior para o nosso trabalho: revelam o que nos move. E, a partir de 2015, sentimos a necessidade de compartilhar isso com a sociedade, contando, por meio de exemplos reais e concretos, a importância da química e do plástico na vida de milhões de pessoas.

Nesse contexto, identificamos uma ligação entre o nosso negócio e a equipe brasileira de paratletismo, que decidimos patrocinar como uma das formas de tornar tangível o nosso propósito. Hoje, muitos atletas nacionais e internacionais com alguma deficiência podem competir – além de levarem vidas independentes e funcionais –, com a ajuda de próteses que têm a química e o plástico em sua composição.

ferramenta de marketing

É importante lembrar que, antes da década de 1950, as próteses eram feitas utilizando ferro, madeira e couro, com menor flexibilidade para adaptar-se ao corpo humano. A introdução do plástico nessa cadeia possibilitou criar órteses e próteses mais leves e com moldagem mais precisa, melhorando a adaptação, o conforto e a segurança. Até hoje, o plástico ainda é considerado o principal material na produção desse tipo de acessório por conta do baixo custo, da maleabilidade e durabilidade.

No caso dos atletas amputados, as resinas plásticas têm um papel ainda maior, já que permitiram o desenvolvimento de próteses tão eficientes, quanto um membro humano, para a prática esportiva. É o caso, por exemplo, da prótese “Flex-Foot Cheetah”, que permite a atletas velocistas, como Alan Fonteles, competirem em provas de alta performance.

A iniciativa integrou a campanha publicitária “A inovação traz o futuro. E o futuro passa pela química e pelo plástico”, veiculada entre 2015 e 2016, na mídia brasileira, e que estimulou ainda mais, entre nossos integrantes, o orgulho de pertencer a uma empresa que se dedica a criar soluções sustentáveis para melhorar o futuro das pessoas. Mais do que isso, o apoio à causa também contribuiu para conscientizar a sociedade sobre a importância da química e do plástico em nossas atividades do dia a dia – e, especialmente, sobre a diferença que essas soluções fazem na vida das pessoas.

Por Claudia Bocciardi





CLÁUDIO MATTOS & CARLOS ORSOLON

Sócios do Demarest Advogados

Lei do Incentivo ao Esporte:

fomento ao esporte nacional, via utilização de benefícios fiscais

A lei federal nº 11.438/2006 (Lei do Incentivo ao Esporte) introduziu no ordenamento jurídico brasileiro benefícios fiscais voltados para o incentivo ao desporto nacional. Nesse sentido, previu a possibilidade de pessoas físicas e jurídicas (estas últimas apenas quando optantes pelo regime do lucro real) deduzirem, diretamente do imposto de renda devido, valores despendidos com patrocínio ou doação, voltados para o apoio direto a projetos desportivos e paradesportivos aprovados pelo Ministério do Esporte.

O benefício fiscal concedido, contudo, está limitado, no caso de pessoas físicas, ao valor correspondente a 6% do imposto devido na declaração de ajuste anual, limite esse que deve ser apurado em conjunto com eventuais outros benefícios fiscais que o contribuinte tenha utilizado no período (Pronac, Lei do Audiovisual etc.).

Já no caso de pessoas jurídicas, o limite corresponde a 1% do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) devido antes do cálculo do adicional de 10%, o que significa, em termos práticos, que esse limite seja calculado apenas sobre o valor do IRPJ devido, com base na alíquota ordinária de 15% aplicada sobre o lucro real do período.

Nascida com um prazo de vida curto (inicialmente os benefícios fiscais valeriam apenas para dispêndios realizados entre 2007 e 2015), provavelmente na esteira dos grandes eventos esportivos sediados pelo Brasil (Copa do Mundo, Olimpíadas e Paraolimpíadas), em 2015 os benefícios fiscais em questão foram prorrogados para projetos que venham a ser incentivados até o ano calendário de 2022.

A Lei de Incentivo ao Esporte diferencia o incentivo na forma de patrocínio daquele realizado como doação, estabelecendo que, enquanto no patrocínio pode haver finalidade promocional e institucional de publicidade, na doação os bens entregues não podem ser empregados em publicidade. Por isso, recomenda-se àqueles que pretendem incentivar projetos esportivos que analisem com cautela a modalidade de fomento desejada, a fim de não incorrerem em qualquer descumprimento da legislação, o que pode levar à exigência do imposto não pago, acrescido de multas e juros.

Uma das disposições mais louváveis da Lei de Incentivo ao Esporte trata de sua preocupação em não fomentar apenas o desporto de alto rendimento – geralmente o mais visado pelas empresas patrocinadoras, em razão do grande retorno de mídia recebido em contrapartida ao dispêndio realizado –, mas também o desporto educacional e o desporto de participação, bem como projetos que se destinem a promover a inclusão social por meio do esporte, inclusive no caso daqueles voltados ao paradesporto, dada a relevância do investimento na base para se construir um país efetivamente expoente no ambiente esportivo.

Contudo, ainda que a Lei de Incentivo ao Esporte tenha previsto mecanismos simples, para que as pessoas físicas e jurídicas interessadas no fomento ao desporto brasileiro possam realizar facilmente os patrocínios e as doações, entendemos que há um conjunto de cautelas que os incentivadores devem adotar, a fim de evitar o cometimento de possíveis ofensas à legislação, as quais podem resultar, em última instância, em complicações jurídicas futuras.

Nesse sentido, sempre que possível – e especialmente nas primeiras doações/patrocínios a serem realizados –, deve-se buscar a supervisão e o aconselhamento de um advogado, o qual poderá discutir com os futuros incentivadores todos os procedimentos, limites e formalidades a serem observados como condição para a utilização dos benefícios fiscais da Lei de Incentivo ao Esporte, de maneira segura e sem riscos de futuros questionamentos por parte da Receita Federal do Brasil.

Em adição – e ainda que isso não seja uma exigência da legislação –, deve-se sempre haver a celebração de um contrato escrito entre as partes envolvidas no projeto a ser incentivado (patrocinador/doador, proponente e eventuais outras partes beneficiadas, direta e indiretamente pelo projeto), inclusive para fixar os direitos e as obrigações oriundos da referida relação entre eles, as contrapartidas, as ativações e o uso de direitos personalíssimos (como a imagem), já que, na eventualidade de qualquer má utilização dos recursos entregues ao projeto, restará resguardado o direito de regresso do incentivador contra a parte que cometeu a irregularidade, evitando-se, ao final, que uma ótima iniciativa materializada pelo fomento ao desporto nacional, via o gozo de benefícios fiscais, acabe se tornando algo que resulte apenas em problemas e prejuízos ao patrocinador/doador.

***Por Carlos Eduardo Orsolon, sócio da área tributária da Demarest Advogados,
e Cláudio Mattos, sócio da área de contratos da Demarest Advogados***



ACREDITAR

Foto: Projeto Graef

Foto: Sailing Energy /
Word Sailing

Two female sailors are standing on a podium, celebrating their victory. They are both wearing yellow and green Brazil national team sailing jackets. The sailor on the left is smiling and has her right arm raised. The sailor on the right is shouting with her mouth open and has both arms raised, holding a medal in her left hand. Both are wearing large gold medals around their necks. The background is a warm, golden sunset over a body of water with hills in the distance.

É PRECISO



Foto: ANDEF

CLODOALDO SILVA

Hexacampeão Paralímpico de Natação
& Palestrante

Por um País mais

O ano de 2016 foi histórico e espetacular para o esporte olímpico e paralímpico do nosso país. Digo isso, porque a participação na Rio 2016 já se tornou a melhor da história dos Jogos Olímpicos, ainda que o objetivo traçado pelo Comitê Olímpico Brasileiro (COB), de ser um dos dez países com mais medalhas, não tenha sido atingido. Caso semelhante ocorreu na Paralimpíada, em que o Brasil terminou o maior evento esportivo do planeta, voltado para pessoas com deficiência, na oitava posição no quadro geral de medalhas, quando a meta estabelecida pelo Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB) era estar entre os cinco melhores.

Outros momentos que ficarão marcados e registrados para sempre na memória dos brasileiros, e do mundo, são as cerimônias de abertura e encerramento do evento convencional e adaptado. E aí chego aonde eu queria, mais especificamente, ao dia sete de setembro, no estádio do Maracanã, quando foi realizado o espetáculo que deu início à décima quinta edição dos Jogos Paralímpicos. Desde a primeira atração com o salto do cadeirante Aaron Wheelz, na “megarrampa” – aquela mesma dos skatistas, sem nenhum tipo de deficiência –, quando ele passou por dentro de um número zero, deu um mortal e caiu em um colchão. Com essa apresentação, já ficou bem clara a mensagem que aquela festa iria deixar para os bilhões de telespectadores: que é possível qualquer pessoa com uma limitação alcançar os seus sonhos, por mais distantes que pareçam. Mas para que isso ocorra, tem que haver a eliminação das barreiras arquitetônicas e a adaptação de calçadas, ruas, estabelecimentos. Ou seja, propiciar acesso para pessoas, com ou sem deficiência, participarem das mesmas atividades que incluam todo uso de produtos, serviços e informação. Isso se chama ACESSIBILIDADE.

Por isso, fiquei bastante feliz e emocionado por ter participado do momento mais aguardado e o mais importante da cerimônia, que foi acender a pira Paralímpica, principalmente porque já havia realizado alguns ensaios e tinha a percepção do impacto que iria causar em todos. Mas, antes de tudo isso, estava difícil dormir, comer, falar, realizar as

acessível

minhas obrigações diárias. Por que tudo isso? Porque quando recebi a ligação do presidente do CPB, Andrew Parsons, convidando-me, eu não tinha dúvida que queria aceitar, mas abrir a boca naquele instante para falar o “sim”, estava superdifícil e complicado. Depois de alguns segundos em silêncio, disse “sim”, ou pelo menos eu falei algo parecido com isso. Toda aquela emoção e a falta de palavras eram por saber que acender a pira olímpica é um momento mágico, mas que traz uma responsabilidade sem precedentes. Também marca o reconhecimento de um trabalho e a contribuição para a consolidação do esporte de alto rendimento a essas pessoas tão especiais. E os benefícios não vieram só para o esporte paralímpico, mas sim para todo um segmento de pessoas com deficiência que, no Brasil, são mais de 45 milhões com algum tipo de limitação.

Chegou o grande dia, a expectativa era enorme, a ansiedade e o nervosismo também, mas eram amenizados pelas dezenas e dezenas de ligações e mensagens que estava recebendo, em sua maioria de jornalistas me perguntando se era eu o escolhido para o grande momento, já que havia essa suspeita. Em todas elas, eu desmentia e falava que não tinha nem ideia do que estavam falando – já que eu tinha assinado um contrato de confidencialidade. Um pouco depois das seis horas da tarde, do dia que também estava sendo comemorada a independência do Brasil, começo a acompanhar na televisão o início da abertura. Três horas mais tarde, estava em um dos túneis do Maracanã, com minha cadeira de rodas. Pelo telão vejo o primeiro condutor da chama Paralímpica, Antonio Delfino, do atletismo. Em seguida, o fogo é passado para as mãos da primeira medalhista paralímpica de ouro no atletismo, Marcia Malsar. Naquele momento, a chuva aperta e Marcia acaba caindo. Algo que parecia um desastre, acaba transformando-se no ponto auge, porque ela se levanta e continua a caminhada. Ali foi passada uma mensagem não só para o esporte, mas para a vida: que o ser humano pode cair, mas ele pode se levantar e continuar seguindo em busca dos seus objetivos e sonhos. O público presente entendeu a mensagem e, de pé, incentivou nossa campeã dos anos 80 a concluir a sua condução. A tocha chega até as mãos da multimetalhista do atletismo, Adria dos Santos, que faz seu percurso com maestria, seguida pela sua filha, Barbara, e vem ao meu encontro. Só que até chegar para mim, um momento que eu esperei tanto, veio um nervosismo que eu nunca tinha sentido antes, porque no instante em que a Marcia caiu, a produção veio em minha direção e me comunicou que iriam me ajudar no trajeto até a pira, com a alegação que não seria possível eu subir sem ajuda. Mesmo tendo consciência de que tinha ficado bem mais difícil e perigosa a caminhada, decidi encarar mais esse desafio e informei que não seria necessário o auxílio.

Assim, começa a caminhada histórica, debaixo de um temporal que caía no Maracanã. Mas, a cada segundo e minuto, eu me aproximo mais e mais do objetivo, até chegar a uma escadaria gigantesca, que eu tenho que subir para alcançar o topo. Como fazer? Em instantes surge uma rampa no meio dos degraus e o meu acesso fica facilitado para atingir o ponto determinado.

Na minha opinião, acender a pira Paralímpica no Brasil não foi algo tão “faraônico”, em termos de tecnologia, pois em outras edições dos jogos já houve cadeirante escalando o estádio olímpico para acender a chama; em outra, tivemos a entrada de paraquedas para esse principal momento da festa. Mas confesso que, para mim, todos os eventos voltados a pessoas com deficiência têm que aproveitar a oportunidade para deixar uma mensagem de inclusão e sensibilização. E foi o que aconteceu no Rio, pois quando aquela rampa surgiu em meio às escadas, mostrou que é perfeitamente possível haver degraus nos locais, desde que possa haver, também, acessibilidade ao lado para que as pessoas com deficiência, ou mobilidade reduzida, possam exercer seu pleno direito de cidadão: que é o DIREITO de IR e VIR.

Excelente leitura e abraços aquáticos a todos!

Por Clodoaldo Silva

COMO ATACAR NO MUNDO DOS NEGÓCIOS?

**MOTIVE
SUPERE
FOQUE
DISCIPLINE
LIDERE
TRABALHE EM EQUIPE**







CRISTIANO SAMPAIO

Diretor Operacional da Comissão Atlética Brasileira de MMA

Profissionalização do

O MMA (Artes Marciais Mistas) é constantemente divulgado como o esporte que mais cresce no mundo. Com popularidade cada vez maior e um número crescente de eventos no Brasil, surgiu a necessidade de se criar uma entidade responsável por regulamentar, supervisionar, aconselhar, dirigir e promover a prática e o ensino do MMA no País. E assim nasceu a Comissão Atlética Brasileira de MMA (CABMMA).

A CABMMA é uma instituição neutra e sem fins lucrativos. Foi fundada em 2012, com o intuito de cuidar, principalmente, da segurança dos atletas (amadores ou profissionais), tendo como foco o crescimento seguro e organizado do esporte em todo território nacional.

A CABMMA segue o modelo de conduta estabelecido pela Federação Internacional de MMA (IMMAF) e adota as regras unificadas da Association of Boxing Commissions (ABC) como diretriz, da qual é o único membro fora do eixo EUA-Canadá. Com isso, os atletas, promotores e profissionais afiliados poderão atuar conforme as regras e os protocolos praticados pelas entidades reguladoras do esporte ao redor do mundo.

No movimento de um esporte mais limpo e seguro, a CABMMA formalizou um convênio com a Autoridade Brasileira de Controle de Dopagem (ABCD), órgão do Ministério dos Esportes, no qual os atletas poderão ser testados com base na sua política de controle antidopagem. Essa política é a parte central dos esforços da CABMMA para proteger a segurança e a saúde dos atletas e também para proteger o direito de competir dentro das mesmas condições físicas e mentais.

MMA no Brasil

Parceira do Canal Combate, principal canal especializado em lutas, todos os eventos transmitidos por ele são regulados pela CABMMA. Com isso, garantimos uma maior sinergia entre os envolvidos, ajudando a divulgar o MMA, entregando ao seu público-alvo eventos nacionais e internacionais, como o UFC, dentro dos padrões de excelência do esporte.

Para que a CABMMA integre todos os aspectos do MMA e exerça suas funções de forma justa e eficiente, é necessário um conjunto de profissionais unidos em prol de um mesmo objetivo: assegurar que o atleta, profissional ou amador, esteja num ambiente seguro, onde possa desenvolver suas habilidades ao limite máximo de sua capacidade. Isso envolve categorias de profissionais como inspetores, cronometristas, juízes, árbitros, cutmen, médicos especializados em esportes de combate e executivos CABMMA, com formações acadêmicas, experiências e perfis profissionais variados, cruciais para atender a verdadeira missão da entidade.

A CABMMA deu um grande passo para a profissionalização do esporte no Brasil, migrando por definitivo o antigo Vale-Tudo para o que é hoje conhecido como MMA, graças à ajuda de pessoas competentes e comprometidas com o seu desenvolvimento no País. Somos uma entidade fundada no Brasil, cuidando de um esporte verdadeiramente brasileiro.

Por Cristiano Sampaio

Foto: Marcos Fernandes



DANIEL MOURÃO

Diretor de Marketing do UFC Brasil



UFC® Brasil

O UFC® é uma marca global de esportes e o maior provedor de eventos pay-per-view do mundo. Com base em Las Vegas, EUA, a organização profissional de MMA produz mais de 40 eventos por ano nas arenas mais prestigiadas de todo o mundo, quase todos com lotação esgotada.

A multinacional tem um olhar especial para o Brasil, que representa um dos principais mercados para a empresa e é um celeiro de talentos. Já passaram por aqui diversos cinturões, tendo alguns deles ficado com o mesmo atleta por muitos anos, como aconteceu com José Aldo e Anderson Silva.

Considerado o primeiro evento no Brasil, o UFC® Rio, que aconteceu no dia 27 de agosto de 2011, trouxe uma emblemática luta entre Anderson Silva e Yushin Okami, levando mais de 14 mil fãs ao delírio, com ingressos esgotados em apenas uma hora. Cinco anos depois, Curitiba foi palco de mais um evento histórico para a organização, com o UFC®198, no qual Fabrício Werdum e Stipe Miocic lideraram um card estelar, lotando o estádio do Atlético Paranaense, com mais de 45 mil pessoas. Este foi o terceiro maior público da história do UFC®, ficando atrás somente de outras duas edições, que aconteceram na Austrália e no Canadá.

A passagem por Curitiba foi marcada não só pelo card histórico, mas também pela movimentação na economia da cidade. Um estudo realizado pelo Instituto Municipal de Turismo (CTur), em conjunto com o Observatório de Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e com a Universidade Federal Fluminense (UFF), mostrou que o UFC® 198 movimentou R\$ 45 milhões em gastos diretos e indiretos, em apenas três dias que a organização esteve na capital paranaense. A pesquisa também apontou que das 45 mil pessoas que assistiram ao evento, 19 mil eram turistas, o que comprova a importância de um evento como esse para o setor turístico da cidade por onde passa.

Em todas as edições realizadas no Brasil, o UFC® procurou valorizar a aproximação dos atletas com os fãs. Os apaixonados por MMA costumam ser tão fiéis ao UFC®, que a organização passou a criar para eles a experiência de vivenciar o que seus ídolos vivenciam. Pisar no octógono e colocar o cinturão, por exemplo, fazem parte das atividades do VIP Experience, programa desenvolvido especialmente para esse público. Nele, o fã pode conhecer pessoalmente alguns lutadores, as Octagon Girls, sentar em lugares privilegiados, bem próximos ao octógono, além de usufruir de um confortável lounge, com open bar e buffet.

A programação do UFC® é transmitida em mais de 156 países, para mais de um bilhão de lares ao redor do mundo, em 29 idiomas diferentes. No Brasil, os eventos são transmitidos com exclusividade pelo Canal Combate e, em alguns eventos, pela TV Globo. Há ainda o UFC FIGHT PASS®, que é um serviço digital por assinatura, com conteúdo exclusivo dos eventos ao vivo para os fãs de todo o planeta.

No último ano, a empresa apresentou um crescimento de cerca de 20%, somente no Brasil. A perspectiva é de que esse número continue aumentando, já que o interesse pelo esporte cresce em ritmo acelerado, e o UFC® investe cada vez mais em eventos de qualidade para seu fiel público, que é um eterno apaixonado pelo esporte.

Por Daniel Mourão



Foto: Rodrigo Castro

DANIEL QUIROGA

Gerente de Negócios do Canal Combate

Saudações a todos os amantes da luta

É muito gratificante ver o MMA crescer cada vez mais como esporte e como um negócio rentável e sustentável.

Há pouco tempo, estamos falando de apenas uma década, a luta pertencia a um universo segmentado, com pouquíssimos players atuando nesse mercado. Tínhamos uma cobertura reduzida da mídia, que se resumia aos veículos especializados e, hoje, temos entrada em todos os grandes portais de notícias, todos os editoriais dos principais veículos do País, seja de TV aberta, fechada, on-line ou impresso.

A oferta de produção de conteúdos e eventos é cada vez mais crescente. Temos, atualmente, uma série de filmes, programas, games, livros, personagens em telenovelas, ou seja, uma oferta cada vez mais relevante, regular e desejada.

Nossos atletas deixam de ser “marginalizados” e passam a ser garotos-propaganda das principais marcas multinacionais, do mercado de montadoras de carro ao de produtos licenciados. Atributos que antes eram associações pejorativas, hoje reforçam o posicionamento de várias marcas que buscam, por meio dos atletas, a expansão das vendas dos seus produtos.

É notório o crescimento e a força que o esporte demonstrou nessa última década. Força de se tornar um negócio em processo de massificação e popularidade, que desperta o interesse desde o jovem das classes AB até as mulheres das classes CDE. Força para se tornar o segundo maior mercado de MMA no mundo.

Os principais atletas do mundo do MMA são brasileiros, muitos deles ídolos nacionais e que, por meio de suas imagens e projetos sociais, continuam fomentando o sonho de muitos meninos e meninas em se tornarem lutadores profissionais. A luta, além do potencial comercial e esportivo, é um grande agente de transformação social, seja pela possibilidade de inclusão social, seja pela ascensão profissional.

Por isso, enxergamos na luta um movimento legítimo de desenvolvimento de novos mercados, aliado a legados sociais. Temos uma grande oportunidade de crescer como esporte, mas também deixando uma sociedade melhor, sempre pronta para a luta!

Por Daniel Quiroga

ANTES

- Mercado de nicho
- Produto estigmatizado
- Cobertura Reduzida da Mídia
- Veículos e anunciantes especializados
- Poucos negócios ligados a MMA
- Atletas desconhecidos

HOJE

- Mercado em crescimento
- Produto desejado
- Editorial relevante para os veículos
- Grandes marcas multinacionais
- Aumento significativo da oferta de negócios
- Atletas estrelando campanhas publicitárias

Foto: Divulgação Atletas Pelo Brasil



**DANIELA
CASTRO**

Diretora Executiva da ONG Atletas pelo Brasil

O artigo 18-A e o Pacto

A melhoria de gestão e o combate à corrupção no esporte de alto rendimento brasileiro são dois grandes desafios no setor esportivo. Esse cenário começa a mudar após a união de atletas, empresas e outros atores para uma atuação junto ao poder público e à iniciativa privada.

Os problemas do alto rendimento são conhecidos e seus efeitos são extremamente danosos aos cofres públicos – fato demonstrado pelos atuais escândalos no esporte – e ao esporte nacional, como falta de estrutura, apoio técnico, apoio aos atletas, falta de resultados, insegurança dos patrocinadores, dentre outros.

Para tentar contribuir com o debate sobre as mudanças necessárias no esporte brasileiro, um grupo de atletas fundou a Atletas pelo Brasil. Trata-se de uma organização de advocacy, nascida em 2006 e formada por 59 atletas e ex-atletas voluntários.

Após o Brasil ser escolhido para sede dos grandes eventos esportivos, a organização propôs três metas ao País: esporte em todas as escolas até 2022; dobrar a atividade física da população até 2022; e um sistema nacional esportivo eficiente e transparente. O documento foi entregue à presidente Dilma como proposta de legado esportivo e com o apoio de uma grande coalizão formada por atletas, associações, empresários e clubes.

O mesmo grupo resolveu atuar por mudanças legislativas no esporte e redigiu um projeto de lei que previa que as entidades administradoras do esporte no País deveriam seguir algumas regras para receber recursos da administração pública federal direta ou indireta, abrangendo então as empresas públicas.

Entre as regras previstas: limite de mandato dos dirigentes esportivos; transparência de gestão, desde dados financeiros até contratos; participação de atletas nos cargos de direção, na eleição dos dirigentes e nas comissões que regulamentam as competições; autonomia do conselho fiscal; transparência de documentos aos seus filiados, dentre outras.

pelo Esporte:

atletas e empresas contribuindo para a melhoria do esporte de alto rendimento no País

Em outubro de 2013, diversos atletas se mobilizaram em Brasília e, com apoio do governo, a lei foi aprovada, tornando-se hoje uma realidade por meio do artigo 18-A da Lei Pelé.

Após a aprovação do artigo, as empresas privadas, não incluídas nas exigências da lei, mostraram interesse de que seus patrocínios para entidades esportivas também tivessem regras.

A Atletas pelo Brasil propôs, então, a construção de um acordo entre as empresas patrocinadoras, para que todas estabelecessem regras comuns para a concessão de patrocínio. Um grupo de empresas aceitou imediatamente a ideia e se juntou à iniciativa o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, o LIDE Esporte e o apoio do Mattos Filho Advogados.

Antes de iniciar a redação do acordo, foram definidas algumas diretrizes, como respeito aos antigos contratos e o prazo de dois anos para que as entidades se adequassem às exigências das empresas.

O acordo demorou mais de um ano para ser finalizado, com inúmeras reuniões entre as empresas. E, em outubro de 2015, lançou-se então o Pacto pelo Esporte – Pacto setorial entre as empresas patrocinadoras pela integridade, gestão e transparência do esporte brasileiro.

Entre as regras previstas no pacto estão: exigência do cumprimento do artigo 18-A da Lei Pelé; criação de conselho consultivo; elaboração de plano de metas de desenvolvimento da categoria esportiva; prestação de contas com relatórios detalhados e periódicos; publicação de demonstrações contábeis, atestadas por empresas de auditoria independentes; regras claras para a contratação de fornecedores ou de terceiros; não contratação pela entidade esportiva, de fornecedores ou de terceiros, para o desempenho de quaisquer atividades relacionadas ao patrocínio, que tenham como sócio membro da administração ou funcionário que seja cônjuge, companheiro(a) ou parente, dentre outros.

O Pacto pelo Esporte é um acordo privado e inédito no mundo do esporte. Seu conteúdo prevê medidas que devem ser adotadas por todas as empresas signatárias.

O pacto possui uma governança para que, além da assinatura do documento, possa apoiar ações que mudem as práticas das entidades esportivas como, por exemplo, o lançamento de uma avaliação externa ou rating. A proposta também é estimular e dar visibilidade às boas práticas, facilitando o acesso das empresas às entidades.

Um dos princípios do pacto é melhorar o ambiente para que as empresas possam continuar e até aumentar seus patrocínios, ou seja, ajudar a garantir o futuro do esporte de alto rendimento no País.

Hoje, são signatárias do pacto: Aché Laboratórios, Banco do Brasil, Bradesco, BRF, Carrefour, Centauro, Coca-Cola, Construtora Passarelli, Correios, Decathlon, EY, Estácio, Gol Linhas Aéreas Inteligentes, Itaú Unibanco, Johnson&Johnson, Mastercard, McDonald's, P&G, SKY, Somos Educação, LATAM e Vivo.

Tanto o artigo 18-A como o Pacto pelo Esporte são iniciativas que fazem parte de um movimento maior pela melhoria do esporte brasileiro. Isolados não resolvem todos os problemas, mas são forças importantes para que mudanças ocorram. A responsabilidade real pelo futuro do esporte está nas mãos de todo o setor esportivo: atletas, dirigentes, entidades esportivas, clubes, patrocinadores e governos. A ação de atletas e empresas é só um exemplo de que é possível mudar o esporte e o País para melhor. Basta participar.

Por Daniela Castro

Atletas pelo Brasil

A Atletas pelo Brasil é uma organização sem fins lucrativos que reúne, em uma iniciativa inédita no mundo, atletas e ex-atletas de diferentes gerações e modalidades pela melhoria do esporte e, por meio do esporte, pelos avanços sociais do país.

Os atletas associados são: Ana Moser, Ana Mota, André Domingos, André Veras, Bernardinho, Branca, Cafu, Carmem de Oliveira, Cesar Castro, Claudia Chabalgoity, Clodoaldo Silva, Daniel Alves, Deco, Dunga, Edmilson, Edu Gaspar, Fernanda Keller, Fernando Scherer (Xuxa), Flávio Canto, Gustavo Borges, Henrique Guimarães, Hortência, Ida, Joaquim Cruz, Jorginho, José Montanaro, Kaká, Kelly Santos, Lars Grael, Leandro Guilherme, Leonardo, Léo Pasquali, Luciano Correa, Luísa Parente, Magic Paula, Marcelo Elgarten, Mariana Ohata, Mauricio Lima, Mauro Silva, Neco, Oscar Schmidt, Patrícia Medrado, Paulo André, Pipoka, Raí Oliveira, Ricarda Lima, Ricardo Gomes, Ricardo Vidal, Roberto Lazzarini, Rogério Ceni, Rogério Sampaio, Roseane Santos, Rubinho Barrichello, Rui Campos, Torben Grael, Vanessa Menga, William Machado e Zetti.



- Hexacampeão paralímpico de natação
- 14 pódios em apenas uma edição dos Jogos Paralímpicos
- Maior atleta paralímpico da história do Brasil

QUER SABER MAIS?

CLODOALDO SILVA

PALESTRA QUE SUPERA, INSPIRA E TRANSFORMA!

soudoesporte@soudoesporte.com.br
clodoaldosilva@gmail.com
|21|98244-3527



EDUARDO MUNIZ

Prof. de Branding e Branding no Esporte nos MBA's da ESPM, FIA e BSP.
Sócio da Top Brands & Inspire Sport Business.
Diretor da Sou do Esporte

Os aprendizados do ciclo

Enfim, 2016 chegou. Para a indústria do esporte no País, mais do que a realização dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, o ano representou o fim de um ciclo único em sua história, iniciado em 2007, com o anúncio da Copa do Mundo FIFA de 2014. Foram sete anos de debates intensos e episódios que proporcionaram as mais variadas sensações e análises, boas e ruins. É inegável que se tratou de uma experiência única para todos os envolvidos: atletas, organizadores, entidades esportivas, gestores públicos, promotores de eventos, agências de marketing, mídia e, sobretudo, o público. Neste ano, por exemplo, uma parte mais numerosa dos brasileiros teve a oportunidade de acompanhar, pessoalmente, uma edição de Jogos Olímpicos – algo singular.

Nessa trajetória, certamente, há uma série de aprendizados para todos os players da indústria, com sucessos e insucessos. Porém, o objetivo aqui é iniciar uma discussão específica, sob o ponto de vista das empresas com algum interesse em envolverem suas marcas com conteúdos esportivos, caracterizados, sobretudo, pelos patrocínios.

Importante ressaltar que todos os aprendizados devem ser relativizados a partir dos diferentes perfis de atuação que as marcas puderam ter nesse ambiente. Algumas foram patrocinadoras oficiais dos grandes eventos (FIFA ou COI); outras, de seleções ou comitês nacionais (como CBF, COB E CPB); temos também aquelas que patrocinaram confederações esportivas ou eventos nacionais, clubes, federações estaduais, atletas e paratletas, dentre inúmeras outras possibilidades do mundo do esporte. Importante frisar ainda que, em todos esses casos, existem diferentes “níveis de patrocínio” (de principais a apoiadores), com investimentos e contrapartidas maiores ou menores. Além disso, não podemos esquecer, também, aquelas empresas que não contaram com patrocínio algum e, mesmo assim, procuraram participar de alguma maneira deste momento, com ativações ou narrativas de marca atreladas ao esporte. Contudo, mesmo com essa enorme gama de possibilidades, alguns aprendizados podem ser relevantes a todos.

O primeiro ponto importante é ressaltar o papel do esporte como potencial agente engajador. Algumas informações já divulgadas apontam, por exemplo, que os Jogos

que se encerra para as marcas no esporte

Olímpicos Rio 2016 impactaram 63,4 milhões de pessoas em suas casas. Sem contar o público das arenas olímpicas, dos pontos turísticos novos e tradicionais do Rio de Janeiro e de outras áreas criadas para o evento. Sim, o “olimpismo” e o “paralimpismo” deixarão saudade. Considerando a busca das marcas para se tornarem relevantes junto aos seus públicos de interesse, o esporte se reafirma como uma plataforma de conteúdo extremamente poderosa.

Nossos atletas deixam de ser “marginalizados” e passam a ser garotos-propaganda das principais marcas multiDentro desse contexto geral, podemos desenvolver algumas análises sobre três objetivos para as marcas patrocinadoras: construção de relacionamento com stakeholders, geração de receitas atreladas diretamente aos patrocínios e comunicação de marca.

No que tange o relacionamento com as marcas, dentro e fora das arenas esportivas, sem dúvida alguma, a indústria pode ter certeza de que possui as competências necessárias para criar experiências memoráveis ao nosso público, conectadas com nossa cultura. Trata-se do conhecimento acumulado ao longo de décadas com grandes eventos, esportivos ou não, e anteriores à própria Copa do Mundo. Os tradicionais carnavais espalhados pelo País, festivais de música dos mais variados gêneros, rodeios, festas juninas, dentre outros, proporcionaram um grande aprendizado para a realização dessas operações, muitas vezes em condições de infraestrutura adversa, com possíveis falhas, mas com um excelente nível de sucesso para as marcas.

Quando mudamos o foco de análise para a capacidade das empresas gerarem receitas diretamente atreladas aos seus patrocínios, como produtos licenciados, programas de fidelidade, comercialização de conteúdos proprietários, dentre outros, já vemos uma distância maior da nossa indústria em relação a outros mercados. Nota-se que muitas oportunidades não são exploradas. Os Estados Unidos, certamente, são a principal referência mundial nesse sentido, com uma capacidade impressionante de impulso ao consumo e geração de receitas. Porém, os principais mercados europeus, e alguns asiáticos também, deixam claro que ainda podemos evoluir bastante. Muitas razões podem explicar esse cenário e também servir como caminhos de evolução. Dentre elas, certamente, está a necessidade de entidades esportivas e empresas patrocinadoras se dedicarem mais ao planejamento dos seus projetos, explorando melhor os ativos disponíveis e também as condições contratuais (direitos e deveres das partes). São comuns os casos de processos que se iniciam pelo ímpeto de alguns, mas que não prosperam pela falta de planejamento estratégico e tático. Não são raros os casos também desses patrocínios em que todos acabam insatisfeitos, entidades esportivas e patrocinadores.

Como último vetor de análise proposto aqui, temos a capacidade das marcas em se comunicar com seus públicos de interesse. Antes de mais nada, nota-se que esta ainda é a maior pauta de análise. Não à toa, a maior parte dos patrocínios são negociados com base na visibilidade que geram. Talvez, até mesmo por isso, seja importante dividirmos esse tema em duas possíveis variáveis.

A primeira delas refere-se à excessiva importância dada à abrangência da visibilidade em detrimento à profundidade dessa comunicação. Ou seja, a discussão está fortemente centrada no número de pessoas impactadas e muito pouco nas características desse impacto – o que, voltando à preocupação das marcas em terem conteúdos relevantes, deveria ser tão ou mais discutido. Cabe aqui a ressalva de que esse cenário parece ser fruto de todos os envolvidos: entidades esportivas e empresas patrocinadoras, ambas focadas no quesito “visibilidade”. Mais uma vez, os Jogos Olímpicos podem representar um grande aprendizado. Afinal, suas marcas patrocinadoras, em geral, não podem participar das arenas esportivas.

Na verdade, a segunda variável acaba sendo um desdobramento da anterior e mostra o quanto as marcas ainda precisam refinar sua busca por temáticas de comunicação mais originais, quando ligadas ao esporte. É muito comum vermos as marcas se colocarem na clássica posição de torcedoras, apoiando suas equipes e desejando que tudo corra da melhor maneira possível. O que, conseqüentemente, atrela o sucesso de suas campanhas de marketing ao desempenho esportivo do evento ou de seus patrocinados. Trata-se de uma narrativa sempre mais exposta ao risco, afinal, o time pode não ganhar, a medalha pode não vir, ou pior, a derrota pode ser mais dura do que imaginávamos. Nesse sentido, podemos notar que as patrocinadoras globais envolvidas com o esporte há mais tempo buscam caminhos mais proprietários e sem tanta dependência dos resultados esportivos. Isso, normalmente, atribui a elas territórios de comunicação mais relevantes e atraentes para seus públicos e uma maior segurança nos resultados finais, esperados na ação.

Dessa forma, podemos notar que, para as empresas, o esporte reafirma-se como um conteúdo com enorme potencial. Sim, alguns resultados para as marcas foram bem interessantes e temos que comemorar. Mas, certamente, o campo para a evolução ainda se mostra extremamente amplo. Decisões importantes, por parte de alguns dos atores da indústria do esporte, serão cruciais para que esse ciclo encerrado tenha uma continuidade promissora. Porém, para as empresas que realmente enxergam no esporte um ativo relevante para suas marcas, o aprofundamento do seu conhecimento sobre essa complexa indústria e o maior poder de planejamento para seus patrocínios serão determinantes para que objetivos mais audaciosos possam ser alcançados.

Por Eduardo Muniz



Você dá o passe. Elas viram o jogo.

Faça a sua doação.
O esporte muda o futuro de uma criança.

passedemagica.org.br
(19) 3377.5911

Por intermédio da Lei de Incentivo ao Esporte, parte do seu imposto de Renda ou ICMS-SP pode ser usada como doação. Aproveite.

Magic Paula
fundadora do Instituto
Passe de Mágica





FELIPE BEVILACQUA

Advogado especializado e Procurador do Superior Tribunal de Justiça Desportiva do Futebol (STJDF)

Justiça desportiva brasileira

Estamos diante da única e expressa exceção, prevista na Constituição Federal de 1988, ao notório direito de acesso ao Poder Judiciário de forma direta, encontrada no artigo 217, parágrafo primeiro, que trata da necessidade de se esgotar as instâncias da Justiça Desportiva, antes de se ingressar nos tribunais ordinários, sob pena de não ver seu direito sequer apreciado.

A exigência da formação de um tribunal para resolver litígios oriundos das competições esportivas, nasceu da complexidade e importância que o esporte adquiriu com o passar dos tempos, primordialmente nos dias de hoje, quando as modalidades esportivas e respectivas competições envolvem somas imensuráveis de investimentos financeiros e comercialização de produtos.

Necessário, portanto, que exista um órgão competente e excepcional, que traga a devida segurança, transparência e celeridade a todas as competições esportivas, evitando assim a violação aos direitos fundamentais de todos os envolvidos, desde os telespectadores/torcedores até os atores principais, os atletas, prezando sempre pela moralidade e integridade do espetáculo, regido pelo princípio conhecido como fair play, ou jogo limpo.

No Brasil, a legislação nacional em vigor atribui que cada modalidade tenha o seu tribunal desportivo em nível nacional, ligado às confederações, denominado Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) e, em nível estadual, ligado às federações, os Tribunais de Justiça Desportiva (TJDs), todos autônomos e de natureza privada, sem personalidade jurídica própria e sob a manutenção das respectivas confederações da modalidade.

A matéria analisada é restrita à competição e disciplina, assim, não cabe no âmbito da Justiça Desportiva qualquer análise de conflitos trabalhistas, administrativos, econômicos, tampouco consumeristas, ainda que decorram da prática do desporto. Estes órgãos judicantes se atêm aos conflitos desportivos em sentido estrito.

Temos como protagonista do ordenamento jusdesportivo o Código Brasileiro de Justiça Desportiva (CBJD), compilado de artigos e penas referentes às violações disciplinares e regulamentares. Este, que vem acompanhado por toda legislação e regulamentação sobre a matéria, afeta a competência dos STJDs, dentre eles o Estatuto do Torcedor (lei 10.671/03), a Lei Pelé (lei 9.615/98), os regulamentos gerais (RGC) e os específicos (REC) das competições organizadas pelas entidades de prática, bem como qualquer outra norma que trate do tema.

Muitos são os temas polêmicos e complexos a serem enfrentados, sendo que um dos maiores desafios reside no combate à violência nos estádios, praticada pelas torcidas organizadas, além da indisciplina dos atletas e dirigentes, o doping; e, atualmente, a manipulação de resultados, mais conhecida internacionalmente como match fixing.

A Justiça Desportiva Brasileira tem o futebol como o grande responsável pelo seu desenvolvimento, é um verdadeiro exemplo de eficiência, transparência e efetividade, reconhecida internacionalmente por sua competência e técnica.

Por Felipe Bevilacqua

Art. 217 – É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não formais, como direito de cada um, observados: (...)

§1º - O Poder Judiciário só admitirá ações relativas à disciplina e às competições desportivas após esgotarem-se as instâncias da justiça desportivas regulamentadas em lei.

Lei Pelé, nº.9.615/98.



FERNANDA BINI

Advogada
Secretária Geral do Instituto Brasileiro
de Direito Desportivo (IBDD)

A luta contra o doping

A história do doping nos esportes vem desde os primórdios da prática desportiva, com seus primeiros registros ainda na Antiguidade. Na Grécia antiga, atletas olímpicos tentavam aumentar seu desempenho em competições, fazendo uso de chá de ervas, cogumelos, chegando a ingerir, até mesmo, testículos de animais, visando alcançar seus objetivos.

Desde sempre, o homem esteve, de alguma forma, tentando melhorar seu desempenho esportivo e isso, sem dúvida, atravessou os séculos. A realidade que se vive hoje não é diferente, mudam-se as drogas, criam-se novos métodos, mas o objetivo final ainda persiste. A realidade do doping existe, realidade essa que foi potencializada pelas altas quantias em dinheiro que passaram a gerar o esporte, especialmente no século XX, com a transformação do mesmo em entretenimento. E não apenas no futebol, mas em praticamente todas as modalidades.

A fiscalização aumentou, uma agência internacional foi criada (WADA) e um Código Mundial Antidoping foi redigido, tudo visando criar uma harmonização internacional quanto aos problemas que envolvem o doping e minimizar as ocorrências, para se ter um esporte limpo, justo, saudável e equilibrado.

Para o Brasil também não foi diferente. A Autoridade Brasileira de Controle de Dopagem (ABCD), braço da WADA no País, foi criada em 2011 por conta das exigências para sediar as olimpíadas e paralimpíadas no Rio de Janeiro, em 2016. Desde então, a mesma tem tomado a frente das questões que envolvem o doping no País.

A realização de testes em atletas fora de competições passou a ser mais incisiva. As investigações que antes, por falta de recursos, eram objeto de utopia, passaram a ser realidade. Com novas denúncias e processos encabeçados pelo órgão, o número de violações às normas também começou a aumentar, um reflexo da realidade esportiva e cultural que também é vivenciada pelo Brasil.

A luta contra o doping nos esportes precisa, no entanto, ser coletiva. Investigações, testes fora de competições e punições são o começo e devem continuar, mas criar uma cultura diferenciada demanda um pouco mais de tempo. Pular etapas importantes nesse processo de aprendizagem de todo o sistema é prejudicial, por certo, traz reflexos que variam da falta de credibilidade de toda a estrutura até as ações contrárias à própria Constituição Federal.

Existem normas internacionais que precisam se adequar também à realidade brasileira. Dentro desse contexto, torna-se um pouco preocupante a linha executória que se desenha em matéria de doping no País. A ligação de toda estrutura (desde a coleta de um exame até o julgamento final de um caso) com o Estado, de certa forma, gera dúvidas quanto a possível independência e a real justiça a ser feita para os envolvidos em casos de dopagem.

Casos de doping são sempre complexos. Há de se ter em mente que falhas podem ocorrer durante todo o caminho, motivo pelo qual a independência de todo o sistema, certamente, facilita uma fiscalização saudável e coerente com a política de “tolerância zero” por parte de todas as entidades, contrapondo-se ao ocorrido na Rússia. Centralizar as informações, a fim de se criar um histórico e banco de dados nacional, é essencial, mas centralizar as atividades pode ser fatal.

Desde que foi criado o primeiro código, em 2003, de fato, o sistema tem evoluído. O mundo como um todo vem aprendendo sobremaneira com as inovações tecnológicas, científicas e mesmo com as trapaças de muitos competidores e seu staff.

O sistema, no entanto, também tem compreendido a necessidade de se verificar cada caso individualmente, punindo, de forma rigorosa, os verdadeiros mal-intencionados, e de uma forma mais amena os “distraídos”. Tanto que modificações significativas nesse sentido foram inseridas com tal finalidade, no Código Mundial Antidoping de 2015, código este atualmente em vigor.

Entender, no entanto, essa diferença é que tem sido um grande desafio, seja para as entidades ligadas à WADA, seja para os que estão à frente de julgamentos que podem aposentar um atleta antes do tempo.

Dentro desse contexto, entende-se que a busca pela verdade real é o que deve nortear qualquer procedimento. Para isso, uma gestão de resultados bem feita deve ser priorizada; a participação de profissionais de forma multidisciplinar em todas as etapas percorridas deve ser regra; bem como um processo pautado pela ampla defesa, e contraditório, deve permitir ao atleta ou denunciado que o mesmo compreenda sua punição e que essa seja, de fato, justa e coesa.

Por outro lado não se pode exigir uma compreensão sem informação, motivo pelo qual se destaca que a parte preventiva e educacional terá, daqui em diante, um papel tão relevante quanto modificações legislativas que vêm sendo costuradas, com o objetivo de manter o esporte longe das drogas.

Muito já foi e tem sido feito, mas o caminho para se criar uma cultura contra as drogas e a favor da ética no esporte, ainda deverá percorrer uma longa jornada no Brasil, até por que sua dimensão continental e os poucos recursos destinados ao esporte, ou mesmo direcionados a tal finalidade, são alguns dos desafios que terão que, constantemente, ser superados.

Por Fernanda Bini

Foto: Arquivo Pessoal



**FERNANDO
FLORES**

Sócio da Midiatia

Construindo a imagem do atleta

Norman Mailer escreveu “The Fight” (“A Luta”), para descrever uma das lutas da lenda Muhammad Ali com Joe Frazier, pelo título dos pesos-pesados do boxe. Um belo exemplo de como palavras podem transformar em obra de arte uma “boa briga”.

A imagem de um atleta faz toda a diferença na sua carreira, e a forma como ela é contada pode ser um grande diferencial. A luta e a descrição dela, na fábula, no desenho ou na reportagem, fazem parte do repertório humano, desde as brigas nas cavernas. De lá para os Jogos Olímpicos e para o circo romano, foi um pulo e outro até que a família Gracie inventasse o vale-tudo.

Uma quantidade fabulosa de dólares ou de reais é investida anualmente em propaganda, movimentando uma multidão de pessoas nos veículos de comunicação, nas agências especializadas e em outros setores vinculados à mídia.

Todos os recursos são endereçados ao principal objetivo que é a busca de uma imagem positiva, conquista que se transforma em venda de um produto, seja ele uma marca que figura nas prateleiras do supermercado, um serviço ou um ingresso em evento esportivo.

É a importância da imagem que faz com que patrocinadores se aproximem do esporte e de atletas, colocando o nome de seus produtos, ou de suas empresas, em uniformes, atletas e nas diversas possibilidades de aparecer na mídia.

A primeira grande revolução da mídia foi a prensa, inventada pelo jornalista alemão Johannes Gutenberg, em 1445. Livros e jornais fazem a comunicação de uma única plataforma, atingindo várias pessoas, e assim foi por algum tempo. A invenção do rádio e da TV trouxe tecnologia e mais atratividade, mas o conceito era o mesmo da prensa, uma plataforma que se comunicava com o público.

A segunda grande revolução foi a chegada da internet. A comunicação passou a envolver todas as pessoas ao mesmo tempo, cuidar da imagem se tornou um desafio bem mais complicado. Hoje, temos quatro plataformas de divulgação para trabalhar a imagem: impressos (livros, jornais, revistas etc.), on-line (sites e blogs), mídia eletrônica (rádios e TVs, em todas as suas variações) e as plataformas de mídias sociais, com sua complexidade e variação constante.

Não gostaria de encerrar este texto com a mais óbvia das dicas: “para melhorar ou construir a imagem, deve-se procurar um especialista”. Sei que a grande maioria dos atletas não tem essa condição financeira, também não tenho uma solução milagrosa, mas posso dar algumas sugestões: procurar informações sobre o tema (existe vasta literatura), fazer-se presente nas mídias sociais, algum amigo que esteja estudando marketing, comunicação ou estudos de mídia pode ajudar. Procurar sempre as assessorias de comunicação dos eventos que estiver participando, ter um release sobre sua trajetória no esporte, identificar partes de sua história pessoal que possam virar notícias, enfim, trabalhar a imagem de forma positiva como um todo. Isso faz a diferença e pode ser o grande diferencial para se tornar um atleta de sucesso ou apenas mais um em meio à multidão. Vamos à luta!

Por Fernando Flores



UM FUTURO

Foto: Divulgação CPB



VENCEDOR



NISSAN
311

Divulgação CPB





GUILHERME GUIMARÃES

Diretor Geral da Ativa Esporte

A revolução não será televisionada... Mas pode ser digital

Acredito que todos ou, pelo menos, a grande maioria dos que atuam na indústria do esporte no Brasil concordam que a Copa do Mundo FIFA 2014 e os Jogos Olímpicos & Paralímpicos Rio 2016 não causaram as mudanças que poderiam e, para o bem do esporte brasileiro, deveriam ter causado. Por diversos fatores, as modificações ou não aconteceram ou não foram tão profundas como se esperava.

Eu costumo dizer que uma das vantagens de ser/estar menos evoluído é que não precisamos cometer os mesmos erros de quem se desenvolveu antes (ou mais depressa) e que podemos acelerar essa melhora. No nosso caso, porém, isso não é tão verdade... Primeiro, porque, muitas vezes, teimamos em cometer erros já cometidos; segundo, e mais importante neste momento, porque estamos no meio de uma revolução que está impactando o mundo do esporte simultaneamente: a digital.

Nesse universo, estamos menos atrasados em relação ao resto do mundo, pelo simples fato de que é tudo muito recente. E podemos não só participar juntos dessa revolução como, em algumas situações, ser protagonistas. O brasileiro é o indivíduo que passa mais tempo on-line em redes sociais, e o Brasil é um dos principais mercados do mundo para as mais importantes plataformas digitais: Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, WhatsApp etc. E isso faz com que sejamos foco de trabalho e desenvolvimento para as mesmas em muitos aspectos.

Dessa forma, se soubermos aproveitar essa condição para estar na vanguarda do desenvolvimento e colocar o digital no papel estratégico que ele pode exercer, teremos a oportunidade de surfar a onda ao mesmo tempo que países bem à nossa frente no desenvolvimento da indústria do esporte. Para isso, claro, precisamos entender que essa é muito mais que uma ferramenta de comunicação, mas que pode contribuir para o negócio como um todo, desde a performance dentro de campo, quadra, piscina etc., passando pela geração de receitas e chegando até a relação com os fãs.

Enquanto no mundo “real” o inventário de propriedades é finito, no digital é o contrário. Trazendo retorno para os patrocinadores e parceiros, a criação de novas oportunidades comerciais pode fazer com que as receitas sejam alavancadas no (ou na falta de) limite da criatividade dos mesmos, das agências e das instituições esportivas. E, nisso, somos reconhecidos mundialmente há bastante tempo.

Da mesma forma, as grades de programação dos veículos tradicionais de transmissão são muito mais limitadas do que o conteúdo existente e da nossa capacidade de criação de conteúdo relevante. Assim, o digital pode ser o caminho para levar esse conteúdo ao espectador, atendendo a uma demanda latente e, também, criando e catequisando um novo consumidor/espectador.

Esses são apenas dois aspectos em que a indústria do esporte está sendo impactada pelo digital. Temos, mais uma vez, a oportunidade, quase simultaneamente em relação ao resto do mundo, de revolucionar a indústria do esporte no Brasil. Precisamos, para isso, trazer o digital para dentro da estratégia das instituições.

Por Guilherme Guimarães



Foto: Arquivo Pessoal

GUSTAVO SOUZA

Advogado e Vice Presidente do IBDD

Violência nos estádios

A relação entre violência e esporte é complexa, com maior visibilidade no espetáculo futebolístico, em razão de sua dimensão e importância como fenômeno sociocultural e da ampliação da projeção do futebol-espetáculo como um dos principais produtos da indústria cultural.

Em virtude dessa complexidade, diversas ciências, cada uma a seu modo e sob seu prisma, buscam identificar as origens e os motivos da violência no futebol.

Não há, mesmo em uma única ciência, um consenso a respeito dessas origens e motivos: a violência é um tema complexo e, no campo do esporte, possui escassa literatura. No futebol, no entanto, é ainda mais rara.

A violência relacionada ao esporte-espetáculo deve ser tratada como uma problemática da sociedade moderna.

Imprescindível ressaltar que a violência não é intrínseca ao futebol e, por isso, diz-se que a violência está relacionada ao futebol de forma complexa.

No Brasil, em 2003, foi promulgada a lei 10.671, o “Estatuto do Torcedor”, com o objetivo de proteger os consumidores do esporte ante às suas necessidades específicas e, sob o ponto de vista da criminalidade, estabelecer punições para torcedores violentos.

O Estatuto do Torcedor foi um verdadeiro marco na história do esporte brasileiro, especialmente do futebol. Os ingressos e assentos passaram a ser numerados, e os torcedores a ter o direito ao seguro por danos sofridos no evento esportivo.

de Futebol

As competições passaram a ser transparentes, instituindo-se um ouvidor para receber críticas, sugestões e observações acerca da tabela e do regulamento das competições. E, pela primeira vez, desde que o Campeonato Brasileiro de Futebol passou a ser disputado, em 1971, a competição de 2003 teve o sistema de “pontos corridos”. A equipe que, após os dois turnos, marcasse o maior número de pontos seria declarada campeã.

Sob o ponto de vista da criminalidade, o artigo 39 do Estatuto do Torcedor estabelece a punição aos torcedores que promoverem tumulto, praticarem ou incitarem a violência e invadirem local restrito aos competidores. A pena será o impedimento de comparecer às proximidades e a qualquer local onde ocorra evento esportivo, pelo período de três meses a um ano, observando a gravidade da conduta, sem prejuízo de outras sanções. De acordo o parágrafo 1º, incorrerá na mesma pena o torcedor que promover tumulto, praticar ou incitar violência em um raio de cinco mil metros do local de realização de evento esportivo. O mau torcedor será identificado por meio de sua conduta no evento esportivo ou por boletins de ocorrência lavrados (parágrafo 2º).

A previsão de punição aos cambistas e aos torcedores que exteriorizam agressões verbais acaba por afastar o foco do que realmente deve ser implementado: melhora na infraestrutura, no tratamento aos torcedores e maior educação.

De positivo, a demonstração de sensibilidade por parte dos legisladores, ao agirem habilmente diante de cenas de violência nos estádios, sobretudo no momento em que o Brasil, como organizador da última Copa do Mundo, realizada em 2014, e dos Jogos Olímpicos de 2016, torna-se “vitrine do mundo”.

Mudanças são sempre bem-vindas, mas devem ser avaliadas com cautela, sobretudo alterações em legislação carente de aplicabilidade e ainda desconhecida por parte da população.

Apesar dos consideráveis avanços, ainda há muito para ser implementado, a fim de que o torcedor brasileiro seja, de fato, respeitado.

Entretanto, para que os direitos do torcedor sejam realmente respeitados e aplicados, é indispensável que o próprio cidadão confira legitimidade à legislação, pleiteando o cumprimento da lei sempre que se sentir lesado.

Por Gustavo Souza



Foto: Divulgação BID

HUGO FLOREZ

Representante do Banco Interamericano de Desenvolvimento no Brasil

Esporte para o desenvolvimento

Enquanto 85% dos jovens de famílias ricas concluem o ensino médio no Brasil, menos de 30% do quintil mais pobre conseguem finalizar os estudos, médias muito similares aos demais países da América Latina e Caribe. A elevada taxa de abandono escolar em nossa região corrobora essa realidade que, ao fim, delimita o futuro da maior parte dos jovens.

Ainda que se refiram à educação, os índices acima traduzem desafios que vão muito além de uma única área e requerem respostas integrals. Diante dessa realidade, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) apoia ações e projetos multissetoriais, que abrangem áreas como educação, segurança, proteção social, gênero, dentre outras, a fim de contribuir para um contexto mais positivo para os cidadãos do futuro.

Nos últimos anos, entretanto, um aliado até então pouco explorado se somou aos nossos esforços de desenvolvimento para a transformação social: o esporte. Encontramos no esporte um aliado poderoso para respaldar os jovens, sobretudo aqueles em situação de vulnerabilidade, para que se convertam em cidadãos com mais qualidade de vida e produtivos para a sociedade.

Desde então, promovemos uma série de projetos-piloto de esporte para o desenvolvimento no Brasil e na região, que podem ajudar a juventude a melhorar habilidades em distintas esferas, seja na sua autoestima, empregabilidade, no espírito de trabalho em equipe, na capacidade de resolver conflitos – todas competências para o século XXI.

Além da dimensão individual, as atividades desportivas coletivas apoiam o entorno comunitário, em aspectos como a convivência familiar, a prevenção da violência, a inclusão social e, não menos importante, a promoção da saúde, temas essenciais para o sucesso de políticas públicas voltadas à cidadania e saúde coletiva.

Encontramos no esporte, também, um agente catalisador de parcerias. Esse é um tema que desperta grande interesse em investidores sociais e agentes de mudança e tem grande potencial para gerar alianças entre sócios importantes, uma ferramenta positiva de mobilização.

No decorrer dessas experiências, o esporte tem demonstrado sua eficácia para motivar, capacitar e reter os jovens. Os programas de desenvolvimento, que utilizam o esporte, podem facilitar a transferência de habilidades adquiridas no campo do jogo em habilidades para a vida e o trabalho. Para nós, do BID, é um prazer e um privilégio fazer parte desses esforços.

Nesse sentido, acreditamos que iniciativas como Sou do Esporte são essenciais para que outros atores se somem às inúmeras possibilidades de trabalho que esse tema pode proporcionar. A união de atletas, entidades esportivas e empresas se mostra um instrumento de atuação ampla, que pode potencializar toda a indústria desportiva a serviço do bem coletivo.

Por Hugo Flórez Timorán



IDEL HALFEN

Sócio e Co-Fundador da Perform Gestão de Resultados

Ser do esporte

Confesso não ser um grande entusiasta da expressão “marketing esportivo”. Isso se deve à descaracterização que essa atividade vem sofrendo ao longo do tempo e faz com que o mercado seja povoado, em grande parte, por “especialistas” que apenas gostam ou tenham vivido do esporte sem, contudo, ter o devido conhecimento do que efetivamente vem a ser marketing.

Além do que, tenho como crença que o marketing é uma atividade indispensável a qualquer ramo de atuação e, dessa forma, sua aplicação é inerente ao esporte.

Todavia, aproveitarei um conceito utilizado por alguns especialistas do ramo para desenvolver o tema que dá título ao artigo. Trata-se da divisão do marketing esportivo em duas vertentes: o marketing no esporte e o marketing através do esporte.

Segundo eles, o primeiro acontece por meio da aplicação do marketing nos agentes cuja atuação está relacionada, primordialmente, à atividade esportiva. São estes: os clubes, as confederações, os atletas e as empresas que têm, em seu portfólio, produtos e serviços voltados ao segmento, como é o caso, por exemplo, de Adidas, Asics e Gatorade, além das agências e organizadores de eventos.

Já o marketing através do esporte contempla organizações e empresas que usam o esporte como plataforma de marketing. Partindo dessa vertente, chegamos ao cerne do artigo, visto ser crescente o número de marcas, sem nenhuma relação prévia ou até sinergia com a atividade, que têm desfrutado da experiência de “ser do esporte”.

E antes que venham creditar esse movimento à exposição proporcionada pela audiência dos grandes eventos, alerta que, em muitos desses, a política de aparição da marca nas arenas e ginásios é bastante restritiva, vide como exemplo os Jogos Olímpicos e o torneio de tênis de Wimbledon. Assim, podemos inferir que o grande

motivador dessas marcas para a “entrada” no esporte seja a possibilidade de associar seu posicionamento e imagem a superação, amizade, respeito, excelência e a tantos outros princípios nobres atrelados à atividade.

No megaevento foi possível notar a presença de algumas marcas sem grande tradição no esporte, principalmente na cerimônia de abertura, entre essas estavam: Ralph Lauren, Empório Armani, DSquared2, Sportcraft, Lacoste, C&A, Stella McCartney e H&M, reiterando que poucas – ou nenhuma – delas têm, em seus respectivos portfólios, peças voltadas a competições esportivas.

Com essa iniciativa, conseguiram vestir alguns dos melhores atletas do mundo, além de estar associadas ao esporte sem que tenham alocado investimentos em pesquisa e desenvolvimento de produtos voltados à performance, o que demandaria tempo e pesadas verbas.

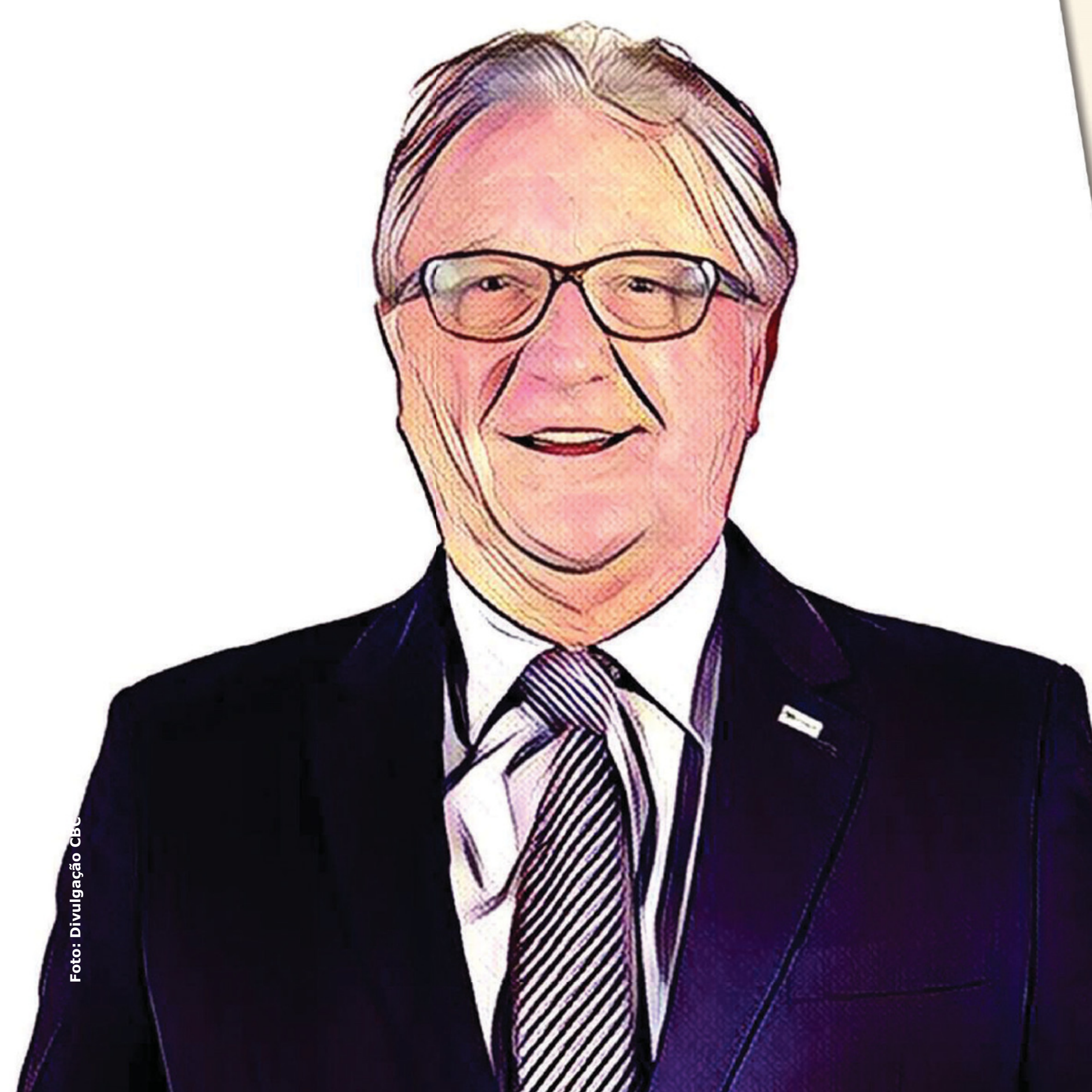
Um caso emblemático desse tipo de iniciativa ocorreu com a delegação cubana, que teve seus uniformes de desfile criados conjuntamente pelo designer de sapatos Christian Louboutin e pela loja virtual SportyHenri, do atleta de handebol francês Henri Tai. O que poderia parecer um contrassenso, já que pouca relação haveria entre uma marca sofisticada e um país comunista, foi na verdade uma excelente estratégia, pois além de provocar debates e assim chamar a atenção sobre a marca, seguiu uma tendência já adotada por outras grifes, que é a de se utilizar de motivos cubanos como inspiração para a criação de suas peças.

Ainda como parte desse movimento migratório de marcas em direção ao esporte, vale destacar a H&M (Hennez & Mauritz AB), uma cadeia multinacional sueca de varejo têxtil, com mais de quatro mil lojas espalhadas pelo mundo. Essa empresa, ao adquirir os direitos de patrocinar o time olímpico sueco, passou a ser o fornecedor de uniformes para todas as modalidades nos Jogos do Rio. Consequentemente, mesmo os atletas e as equipes de esportes que tinham contrato de fornecimento com outras marcas, vestiram peças H&M. Ilustra bem essa situação as seleções de futebol da Suécia que, apesar do contrato vigente entre a federação da modalidade e a Adidas, envergaram uniformes H&M, no Rio.

Paralelamente às iniciativas relatadas no texto, é possível também perceber o crescimento e o aparecimento de novas marcas esportivas.

Diante de tudo que foi relatado, finalizo o artigo, convidando os leitores a refletirem acerca de um questionamento que deve fortalecer ainda mais a nossa crença a respeito do esporte: “será que mesmo as empresas com produtos voltados ao segmento esportivo não escolheram esse segmento por acreditar que vale a pena ser do esporte?”

Por Idel Halfen



JAIR ALFREDO PEREIRA

Presidente da Confederação Brasileira de Clubes (CBC)

Importância dos clubes

O Brasil apresentou ao mundo a maior delegação de atletas olímpicos de sua história, na Rio 2016: foram 465. A participação impressiona não apenas por conta da quantidade de atletas que representaram o País nos Jogos Olímpicos, mas pelo trabalho consistente realizado nos bastidores, em seu berço de formação, os clubes. Isso por que, diferentemente do que acontece em países desenvolvidos, como os Estados Unidos, onde a formação de atletas ocorre ou se inicia nas escolas, no Brasil são os clubes esportivos sociais os responsáveis por revelar e desenvolver talentos nas mais diversas modalidades esportivas. Como as escolas não possuem infraestrutura adequada à prática esportiva, é no clube que o atleta encontra quadras, ginásios, campos, pistas, piscinas, equipamentos e materiais esportivos, além da orientação técnica adequada.

Considerados a célula mater do esporte brasileiro, os clubes promovem desde a iniciação esportiva até o aperfeiçoamento dos atletas. Destes 465 atletas que integraram a delegação brasileira nos Jogos Olímpicos Rio 2016, 390 foram formados em clubes esportivos – o que representa 84% de esportistas formados por clubes.

O papel da CBC,

Por isso, a atuação da Confederação Brasileira de Clubes (CBCf) tem se mostrado tão decisiva na representação do segmento e no fomento ao esporte na base, representando o setor público na política de formação de atletas olímpicos e paralímpicos junto aos clubes. Em 2011, a CBCf passou a integrar o Sistema Nacional do Desporto com a mudança na Lei Pelé, consequência da publicação da lei no 12.395/11. A partir de 2014, a CBCf iniciou o processo de descentralização de recursos, possibilitada pela publicação da Portaria nº 1 do Ministério do Esporte, última etapa da normatização do processo, e passou a receber e coordenar a distribuição dos recursos financeiros públicos para a formação de atletas olímpicos e paralímpicos.

A nova Lei Pelé, como ficou conhecida, foi uma grande conquista para o segmento clubístico, definindo que os clubes teriam recursos específicos voltados à formação de atletas olímpicos e paralímpicos (0,5% oriundos de concursos de prognósticos e loterias federais), o que ocorre de forma democrática e transparente, por meio dos editais de chamamentos internos de projetos (chamada pública).

para o esporte brasileiro

O primeiro requisito para que um clube se enquadre para receber esses recursos da nova Lei Pelé é a adequação dos seus estatutos, que devem, necessariamente, estar em dia com os tributos públicos e ter ainda atuação na formação de atletas. Os recursos disponíveis aos clubes que se enquadram nos requisitos legais servem para fomentar todas as categorias esportivas abaixo da principal de todas as modalidades olímpicas e paralímpicas.

Parceria com o Comitê Paralímpico Brasileiro

Para viabilizar o repasse dos recursos para o esporte paralímpico, a Confederação Brasileira de Clubes (CBC_f) firmou uma parceria com o Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB), para que o desenvolvimento de atletas paralímpicos se inicie nos clubes esportivos formadores de atletas.

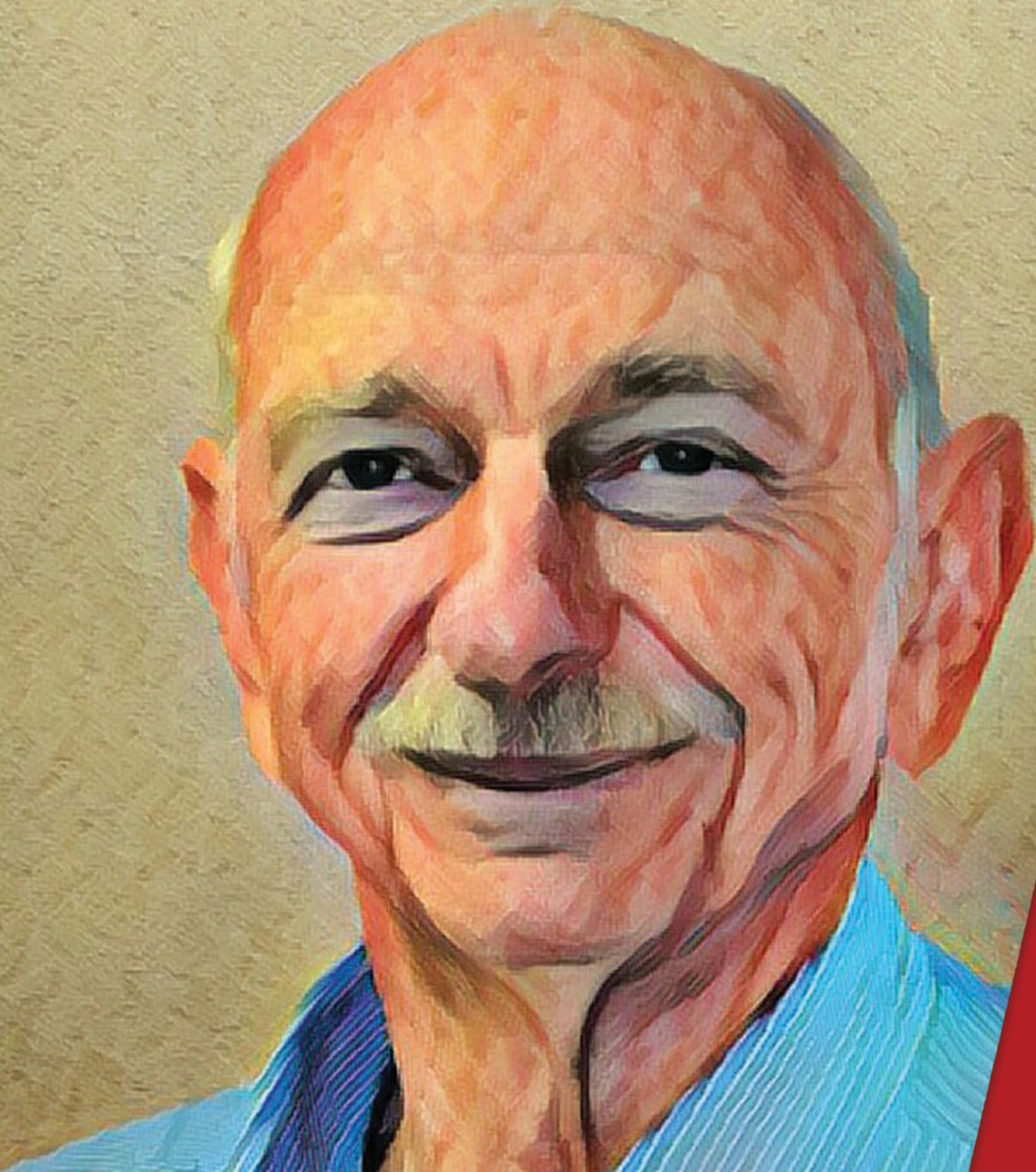
Desafios futuros

A CBC_f se prepara para o próximo ciclo olímpico e paralímpico, a partir do seu Plano Estratégico 2016-2020. Baseado no diálogo com sua rede de filiados, e a partir de suas necessidades, o plano integra uma série de estratégias que favorecem o planejamento dos clubes e, conseqüentemente, qualificam a formação de esportistas de alto rendimento durante os próximos quatro anos.

A CBC_f acredita que há muito o que se fazer para fortalecer, cada vez mais, o entendimento de que é no clube que o atleta brasileiro de modalidades olímpicas inicia sua formação esportiva. Já quanto às modalidades paralímpicas, embora ainda incipientes, com os editais de chamamento a entidade está criando uma nova cultura, fazendo com que os clubes desenvolvam o paradesporto desde a iniciação, o que ainda é um enorme desafio, tanto em termos de acessibilidade quanto na oferta de modalidades paralímpicas. Oferecer melhores condições para a formação desses atletas, de forma integrada com os demais atores do Sistema Nacional do Desporto, é a grande missão da CBC_f.

Por Jair Alfredo Pereira

Foto: Divulgação CONFEEF



JORGE STEINHILBER

Presidente do Conselho Federal de Educação Física (CONFEF)

Relevância da educação

A educação física é importante para o desenvolvimento de crianças e jovens em todos os sentidos e no esporte, em particular, em razão dos valores que possibilita para a qualidade de vida das pessoas.

A máxima expressa pelo saudoso Prof. Dr. Manoel José Gomes Tubino identifica a relevância do assunto: sem educação física não há educação.

Educação física é o componente curricular obrigatório em todos os níveis da educação básica, caracterizada pelo ensino de conceitos, princípios, valores, atitudes e conhecimentos sobre o movimento humano na sua complexidade, nas dimensões biodinâmica, comportamental e sociocultural. Essas dimensões constituem a base para uma nova compreensão sobre a abrangência e as interfaces que fundamentam a educação física na escola, seja na perspectiva do movimento, inclusão, diversidade, cidadania, educação, lazer, esporte, saúde e qualidade de vida*.

Essa compreensão se alia à Declaração do Conselho Internacional para a Ciência do Esporte e a Educação Física (ICSSPE, 2010), reafirmada na “V Conferência Internacional de Ministros e Altos Funcionários Responsáveis pela Educação Física e o Esporte” (MINEPS V, 2013), que define a educação física como uma disciplina dos currículos escolares que se refere ao movimento humano, à aptidão física e à saúde. Concentra-se no desenvolvimento da competência física, de modo que todas as crianças possam movimentar-se de forma eficiente, eficaz e segura, bem como entender o que fazem. Que a educação física é essencial para o pleno desenvolvimento e realização e para a participação na atividade física por toda a vida. A educação física, enquanto componente curricular, contribui para a formação dos alunos por meio da apreensão dos conhecimentos específicos que favorecem a aquisição de competências motoras, a ampliação do repertório de movimentos e o hábito da prática regular de atividades físicas, integrados a conhecimentos gerais contextualizados às temáticas sobre atualidades sociais, políticas, econômicas, tecnológicas e ambientais.

“O desenvolvimento do esporte é caracterizado pela complexidade em razão das variáveis e manifestações pertinentes. Assim, ao abordar o tema, surge a questão

Física nas escolas para o desenvolvimento do esporte

de que esporte estamos tratando?”. A resposta nos qualifica saber de qual intencionalidade pensamos, possibilitando uma melhor e assertiva interpretação para possíveis ações. Desse modo, é prudente conhecer como se desenvolve o esporte com viés educacional, para a promoção da saúde, para o rendimento em busca de medalhas, como fator de impacto econômico, na perspectiva da realização de megaeventos e outros. Percebemos que a falta de definição clara sobre o significado de esporte, por vezes, tem se transformado em barreira para o seu desenvolvimento. Vamos dialogar neste ensaio sobre o viés tratado pela UNESCO: o esporte como fator de desenvolvimento humano.

Estudos e recomendações de organizações internacionais demonstram a importância da disciplina educação física para o desenvolvimento da atividade física como fator de promoção da saúde (OMS, 2015; 2016). Paralelamente, identificamos crianças e jovens envoltos em comportamentos de risco, atividades de lazer passivas, hábitos alimentares caracterizados pela ingestão hipercalórica e crescente inabilidade motora, contribuindo para a baixa participação no esporte. Essa configuração social, identificada por elevados níveis de inatividade física e obesidade, caracteriza as populações infantojuvenis, estimulando comportamentos que comprometem o futuro das novas gerações a partir das menores idades.

Contudo, o que se identifica na prática é que a lei 9.394/96 – LDB não está sendo cumprida. Em diversas escolas, as crianças estão sendo prejudicadas pela ausência da educação física, em todos os ciclos e anos de ensino. Diversos governos vêm retirando a disciplina das unidades escolares e, ainda, não estão dando a devida atenção ao fato de que a inatividade física é um dos fatores que mais contribuem para o crescimento das doenças crônicas não transmissíveis (por exemplo, doenças cardiovasculares, diabetes tipo 2, obesidade e alguns tipos de câncer), sendo que o componente curricular educação física pode contribuir para diminuir esses fatores de risco.

O esporte é uma manifestação cultural e vem sendo desenvolvido ao longo da história da humanidade, o que torna sua aprendizagem uma passagem de conhecimentos, uma questão de ensino. O esporte tem que ser aprendido, requer que seja ensinado, orientado, dinamizado e treinado, levando-se em consideração o agente transformador e o agente criador, sendo o agente dinamizador o homem.

Não há dúvidas de que o esporte, considerado como todas as formas de atividades físicas que, por meio de participação casual ou organizada, objetiva expressar ou promover a forma física e o bem-estar mental, formando relações sociais ou obtendo resultados em competições de todos os níveis¹, é um meio que contribui para que crianças e jovens adquiram o hábito e compreendam a importância da adoção de um estilo de vida ativo e saudável ao longo dos anos.

O senso comum vê o esporte na perspectiva da competição, da medalha e do pódio. O conceito e a filosofia de que o importante é participar fica no âmbito da utopia e do processo educativo, que deve ser trabalhado nas aulas de educação física.

Tratando desta perspectiva é, mais uma vez, fundamental a disciplina educação física em todas as escolas, pois para que se alcance a excelência do esporte, para que as pessoas possam entrar no universo dos atletas de competição, é necessário o desenvolvimento motor, sem o qual ninguém se torna atleta. Estamos tratando de alfabetização motora que é adquirida na infância.

A educação física é um direito constitucional de todos e, portanto, deveria ser uma das disciplinas de maior relevância nas escolas, pois é a que trata do homem em movimento, é a que estrutura as habilidades motoras tão necessárias ao indivíduo ao longo da vida, essencial para o desenvolvimento do esporte, assim como contribui sobremaneira para a alfabetização e o desenvolvimento cognitivo.

Pesquisas identificam que a prática do esporte, orientado e ministrado de forma qualificada e segura, conduz para o desenvolvimento saudável das crianças e pode desempenhar um papel relevante na melhoria da saúde holística, contribuindo para o melhor desempenho acadêmico.

As habilidades e os valores ensinados no esporte representam alguns dos defendidos nas propostas da educação para a paz, assim como a honestidade, o respeito pelas regras, a liderança, o trabalho em equipe, a autoestima, a responsabilidade, a cooperação, a honra, a perseverança, o espírito de equipe e o companheirismo, dentre outros, são aspectos comuns ao esporte ético e desejável, que também são relevantes para a cultura da paz, contribuindo para desenvolver um caráter humano positivo.

Dessa forma, a educação física e o esporte, ministrados por sistemas formais e não formais de ensino, proporcionam o aprendizado de regras mínimas de convivência, além do respeito ao próximo. A prática esportiva também leva a estilos de vida mais sustentáveis e saudáveis e, conseqüentemente, a uma redução na demanda e na sobrecarga por serviços públicos de saúde e de segurança pública.

Não há desenvolvimento do esporte sem que as crianças aprimorem habilidades motoras, como agilidade, coordenação e equilíbrio; sem que tenham conhecimento do próprio corpo e de seu desenvolvimento; sem que tenham noções de respeito às regras, o que é adquirido nas aulas de educação física.

Também é necessário que alguns valores, que contribuem para o desenvolvimento do esporte, sejam assimilados nas aulas de educação física, tais como respeito pelos outros, disponibilidade de entrega, fair play, sentido de justiça, cooperação, igualdade e ética, dentre outros.

Nas aulas de educação física, por meio do esporte, pode-se aprender o espírito de amizade, de luta, de raça, de autossuperação e tantos outros importantes para a vida, sendo essencial à completa formação da personalidade das pessoas e o desenvolvimento intelectual e moral.

O esporte é um dos conteúdos de formação humana, sendo um dos mais importantes fenômenos socioculturais do século. Contudo, é fundamental e imprescindível alertar que o mesmo é um meio e um fator de desenvolvimento. Não é o esporte que promove a saúde, o desenvolvimento e a inclusão social. Precisa ser ensinado, orientado e ministrado, por conseguinte, os benefícios e os valores ao esporte propalados serão conquistados e adquiridos, se o esporte for ministrado e treinado por profissionais de educação física. O profissional de educação física é o grande agente transformador, sendo os professores que desempenham papel fundamental nas escolas. O esporte somente tem sentido quando torna-se meio efetivo de promoção do homem e de melhoria da sociedade, meio para valorização do ser humano, construção da cidadania, fator de educação e promoção da saúde, contribuindo para a formação holística.

Defendo as posições da UNESCO, que sempre trabalhou o esporte e a educação física como instrumentos importantes para a formação de valores, a socialização e o desenvolvimento humano. Nessa perspectiva, o esporte é um direito de todos, um dever do Estado, um bem social e uma questão de saúde pública, devendo ser considerado como uma das prioridades para a inclusão social e o desenvolvimento humano.

Por Jorge Steinhilber

*Definição no livro "Recomendação para a Educação Física Escolar – CONFEF.



FOCAR

Foto: Divulgação CPB



Foto: Divulgação CPB

NA VITÓRIA



Foto: Divulgação

JULIAN SALGUEIRO

Diretor de Marketing da Reebok Brasil

Investindo no MMA

Atualmente, o MMA é um dos esportes que mais crescem, transformando-se em uma importante plataforma para grandes empresas, com expressivo crescimento em comunicação e também como atividade econômica.

No Brasil, nos últimos anos, as pessoas vibram com o MMA quase da mesma maneira que torcem pelo futebol. O brasileiro é carente de ídolos, símbolos de poder e superação, e o UFC oferece um show que hipnotiza o espectador, com doses de disputa e suspense que transformam o ringue em um verdadeiro palco de espetáculo.

Vários fatores contribuem para esse sucesso, dentre eles a parceria com a televisão, o que garante uma exposição midiática intensa, e a maneira assertiva com que o MMA aproveitou a internet nos últimos tempos, utilizando as redes sociais para consolidar sua base de fãs.

Para a Reebok, é muito importante associar a marca a um esporte que representa força e disputa. Assim como patrocinar o UFC, cada parceria com um atleta é extremamente significativa, uma vez que ela reafirma sua paixão pelo apoio ao MMA ao redor do mundo e no desenvolvimento de uma categoria dedicada a esse esporte – Reebok Combat –, feita para pessoas que treinam como lutadores. O nosso atleta, José Aldo, por exemplo, é um dos competidores mais célebres do MMA e derrotou alguns dos melhores lutadores do mundo com seu poder de nocaute inegável, seu conhecimento em jiu-jitsu e sua consistência notável em cada passo no Octógono.

E o Brasil não é só um lugar incrível para o MMA como esporte de disputa, ele também propicia educação e inspiração para a população. A assinatura com cada um dos nossos lutadores é um passo importante para a Reebok continuar a crescer e a apoiar o MMA local e internacionalmente. A marca também aposta no surgimento de novos ídolos e no crescimento do esporte em países do mundo todo.

Por Julian Salgueiro

GRADUAÇÃO EM GESTÃO DESPORTIVA É NA **FACHA**

Prepare-se para disputar
seu lugar no mercado



VESTIBULAR | ENEM | TRANSFERÊNCIA | 2ª GRADUAÇÃO

GRADUAÇÃO (TECNOLÓGICA - 2 ANOS)

Comércio Exterior

Marketing

Hotelaria

Recursos Humanos

Gestão Desportiva

GRADUAÇÃO (BACHARELADO - 4 ANOS)

ADMINISTRAÇÃO • DIREITO • JORNALISMO • CINEMA • TURISMO

RELAÇÕES PÚBLICAS • PUBLICIDADE E PROPAGANDA

FACHA.EDU.BR

BOTAFOGO: 2102-3100 | MÉIER: 3570-8600

Foto: Fernando Cavalcanti





KATIA RUBIO

Professora Associada da Escola de Educação Física e Esporte da USP

O que ficou do Rio 2016 para os atletas olímpicos brasileiros

É inegável que nada permanecerá no estado em que estava. O Rio de Janeiro e o Brasil estão diferentes depois da experiência olímpica e paralímpica vivida em 2016. Mais do que metas cumpridas, é importante entender que as 19 medalhas olímpicas e as 72 paralímpicas, conquistadas no Rio, demonstram uma capacidade de produzir resultados, mesmo diante de um modelo de gestão que peca no planejamento e na execução da carreira do atleta.

Mais do que estabelecer metas irreais e irrelevantes, o que os resultados olímpicos e paralímpicos mostram para o País é que o esporte desse nível não é coisa para amadores, nem principiantes, sejam eles dirigentes, técnicos ou atletas. E que o trato com o atleta, o centro de todas essas realizações, precisa mudar. Ficou demonstrado nesse período que o sucesso da colheita reside na semente e no cuidado com a terra onde ela é semeada. Ou seja, se os atletas tiverem boas condições de treinos e oportunidade de intercâmbio, para conhecer seus rivais internacionais em competições que avaliam desempenhos, a chance de bons resultados é real. Não existem milagres no esporte, apenas resultados de trabalho e esforço, somados à excelência com que essas ações são realizadas.

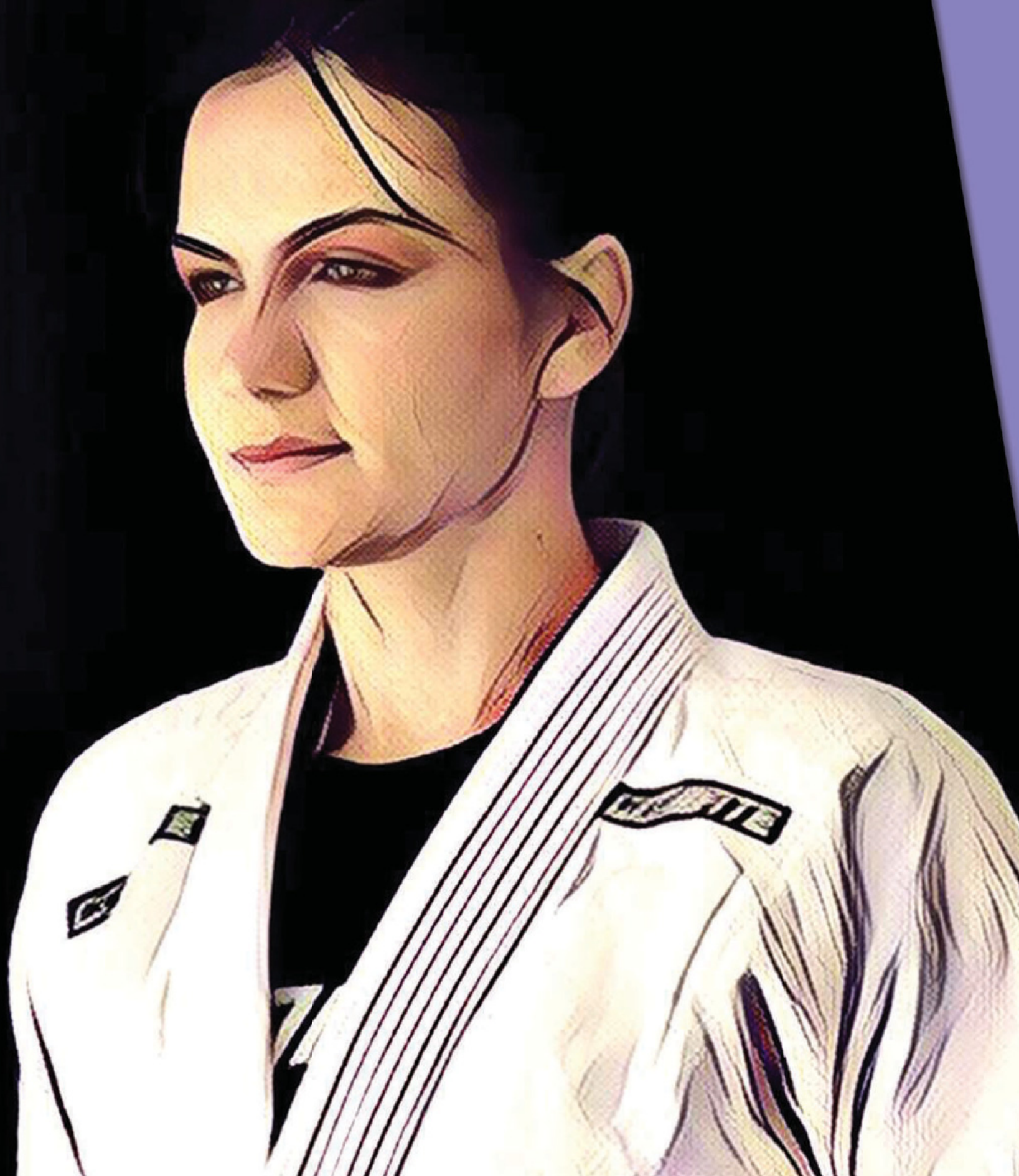
Se medalhas são a prova de um projeto bem estruturado de esporte, temos então alguns números dignos de nota para mostrar o que pode ser feito. Das 127 medalhas olímpicas que o Brasil acumula em 96 anos de história, 98 foram conquistadas a partir de 1988, edição olímpica marcada pelo início do profissionalismo assumido e já não mais disfarçado como antes. De Seul até Sydney, foram conquistadas 36 medalhas, apontando para uma curva ascendente que aquele movimento, ainda incipiente apontava para o esporte. A partir de Atenas, uma nova geração de atletas olímpicos brasileiros começa a demonstrar os efeitos do apoio recebido, dentro de um plano que coincide com a implementação das leis Pelé e Agnelo Piva que, se não garantiram o exercício pleno da profissão de atleta aos olímpicos, ao menos facilitaram a chegada de recursos materiais para o desenvolvimento da preparação desses atletas, que gozaram, ainda, de melhores condições com a Lei de Incentivo ao Esporte.

As quatro últimas gerações olímpicas viveram os anos dourados do esporte brasileiro. Contaram e usufruíram de recursos que nenhuma outra geração teve antes. Com o anúncio dos Jogos Olímpicos no Brasil, em 2009, esses recursos foram ainda multiplicados com a esperança e a expectativa de que um pódio no Brasil representaria o fim do esquecimento ou das vacas magras.

Passadas poucas semanas do fim dos Jogos, parece que tudo voltou aos patamares da década de 1980. Nas páginas esportivas já não se fala em esporte olímpico. Nem mesmo os medalhistas são lembrados ou comentados por seus feitos, confirmando um quadro de esquecimento crônico já identificado anteriormente. O tal do legado imaterial ainda está por se confirmar. Mas o que mais preocupa são os anúncios encontrados nas entrelinhas ou nas páginas de economia sobre a desaceleração nos apoios e patrocínios às equipes esportivas, ou a atletas individuais, para as próximas temporadas e campeonatos brasileiros.

Vale lembrar que os resultados esportivos são fruto de um processo cumulativo realizado pelo atleta. Ou seja, sem investimento de longo prazo não há pódio, não há medalhas. De nada valerá o dinheiro investido nestes últimos sete anos, se não houver continuidade a partir de agora, visando 2020 ou 2024.

É preciso, depois de tudo o que vivemos, ter ideia de futuro, tanto no sentido de preservar o que já se conquistou como também de não se desfazer, de forma irresponsável, de tudo aquilo que foi construído na última década e meia. A continuidade começa já.



KYRA GRACIE

Penta Campeã Mundial de Jiu-Jitsu
Apresentadora e Comentarista de MMA do COMBATE/SPORTV

Elas no combate

As mulheres percorreram um árduo caminho até conquistar seu espaço no mundo das lutas. Mas, apesar de suas conquistas, ainda precisam dar mais alguns passos para ter os mesmos direitos que os homens. Há pouco tempo, nós éramos subestimadas e, para muitos, lugar de mulher era apenas na torcida e olhe lá. Reconhecidas internacionalmente, hoje, as lutas femininas arrastam multidões, as mulheres fazem lutas principais nos eventos de um dos esportes que mais cresce no mundo, o MMA.

Atletas como eu, no jiu-jítsu, e Ronda Rousey, no MMA, começaram a lutar desde muito cedo. Com quatro, cinco anos já vestíamos o kimono. Afinal, o preconceito e a falta de cooperação sempre estiveram lá, caminhando lado a lado, desde que tomamos as rédeas de nossas carreiras. Eu tive o prazer de acompanhar o empoderamento feminino, dentro e fora do tatame. E, sem dúvida nenhuma, foram grandes vitórias, mas sempre me pergunto o que nós, mulheres, poderíamos fazer e alcançar se tivéssemos o mesmo apoio que o sexo oposto. Eu me pergunto quantas meninas não deixaram o esporte por falta de incentivo, dentro e fora de casa. Quantas lutas históricas deixamos de presenciar por desistências, que jamais aconteceriam se nós fôssemos valorizadas desde o primeiro dia nesse universo tão competitivo. Quantas vidas poderiam se transformar se elas também tivessem o incentivo certo?

O esporte de combate é uma das ferramentas transformadoras mais poderosas que o ser humano pode usufruir. Afinal, quem não se comoveu com a história da judoca Rafaela Silva, medalhista de ouro nas Olimpíadas no Brasil, que teve no esporte seu principal apoio para quebrar tabus, desenvolver seu autocontrole e escrever um novo caminho para sua vida, já traçada por estatísticas?

A geração feminina de hoje fez algo muito maior do que subir no topo mais alto do pódio, ela abriu portas que jamais seriam descobertas sem a força e a coragem dessas mulheres que ainda sofrem com a desigualdade. Para as guerreiras de hoje, gratidão; e para as futuras profissionais do esporte, coragem e força, pois a vitória de vocês também será a nossa.

Por Kyra Gracie

O que você
projeta para o
futuro da sua
carreira?

Zedggs

pós e mba

SAIBA MAIS | espm.br/pos

Preparando
talentos
para transformar
o mundo

65
ESPM
QUEM FAZ TRANSFORMA



Foto: Miriam Jeske

LAMARTINE DACOSTA

Professor de Gestão do Esporte da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e
pesquisador do Advanced Research Grant - 2015 (Comitê Olímpico Internacional)

O dia seguinte dos Jogos

Depois de ocorrer um grande acontecimento, é aconselhável revisá-lo para aproveitar experiências e projetar o futuro. E tratando-se do Sou do Esporte, um olhar crítico e construtivo sobre as realizações olímpicas e paralímpicas de 2016 ganha maior significado, diante de suas atuais propostas de recriação do esporte brasileiro por vias de “transformação social, bem-estar comum, cidadania positiva e orgulho da nação” (www.soudoesporte.com.br).

Atenta a essas expectativas, Fabiana Bentes, líder do Sou do Esporte, promoveu uma entrevista com o autor deste texto, trinta dias antes dos Jogos 2016, quando foram discutidas as previsões mais dignas de atenção dos megaeventos, olímpico e paralímpico, em suas recentes versões brasileiras. Hoje, após a vivência de todos nós com aqueles gigantescos acontecimentos, podemos considerar como válidas a maioria das interpretações reveladas em mais de uma hora de diálogo no Facebook (<https://www.facebook.com/SouDoEsporte/videos>). Tal resultado não constituiu, entretanto, um produto da especulação do respondente diante das sutilezas dos questionamentos, pois consistiu simplesmente em uma apresentação de tendências observadas ao longo da história dos grandes eventos esportivos ocorridos no Brasil.

De fato, para os historiadores do esporte brasileiro, não foi surpreendente a adesão massiva da população do Rio de Janeiro aos Jogos Olímpicos 2016, pois algo similar já ocorrera, em 1922, na ocasião dos Jogos Olímpicos Sul-Americanos

Oímpicos e paralímpicos experiências e novas previsões

(evento extinto pelo COI posteriormente). Em termos nacionais, os Jogos Universitários (Universiades), em Porto Alegre, e os Jogos Pan-Americanos, em São Paulo, ambos realizados em 1963, também exibiram a mesma elevada mobilização popular, embora o foco central não estivesse no futebol. Outra sinalização – esta mais recente – veio dos Jogos Pan e Parapan de 2007, outra vez no Rio de Janeiro, com sucesso de público em que pesem graves entraves na preparação do evento.

Em resumo, o impacto do apoio massivo, indiscutível e radical da população – carioca e brasileira – aos Jogos de 2016, colocou em plano secundário todas as demais abordagens suscitadas na entrevista de Fabiana Bentes com Lamartine DaCosta, embora mantendo-as prioritárias e pertinentes. Ou seja, as dúvidas sobre construções, gestão dos jogos, mobilidade urbana, segurança, metas de medalhas, intervenção da mídia, educação olímpica (Projeto Transforma), valores olímpicos e paralímpicos, patrocínio, papel do governo, sustentabilidade dos jogos e governança das entidades esportivas maiores (COB, CPB e confederações esportivas), relacionadas geralmente ao nexo de legados, a partir de setembro de 2016 passaram – por hipótese – a ser melhor entendidas por meio de manifestações populares e consensuais, reforçadas pela mídia.

Em outras palavras, os sentidos de preservação e de desenvolvimento, gerados tradicionalmente pelas propostas de legados olímpicos e paralímpicos, estariam agora sendo associados a um sentimento de pertencimento, típico de reações de adesão massiva e compartilhada local – ou mesmo nacional – a uma determinada crença coletiva. Portanto, os legados preliminarmente cogitados tornaram-se vinculados à cidadania brasileira em geral e não somente a instituições específicas (governo e entidades privadas). Antes, nos Jogos de Londres 2012, fenômeno similar foi detectado, ganhando a denominação de “aspiration”, algo relacionado a um patriotismo “soft” e de valorização positiva das coisas e realizações do Reino Unido, com o esporte operando como meio de intermediação.

Mas a experiência brasileira, aparentemente, foi além da observada com base em Londres 2012, desde que os Jogos 2016 confundiram-se com a própria identidade da cidadania, como se comprovou frequentemente com os discursos dos atletas e do público assistente, veiculados à época pela mídia. Assim sendo, os atos

esportivos se transformaram em festividades cívicas, exibindo um consenso popular raramente encontrado no Brasil. Em resumo, a competição esportiva tornou-se, sobretudo, um cenário e um motivo para as manifestações de cidadania, em que a bandeira nacional foi o símbolo dominante.

Esse resultado, até então, pouco previsível em suas consequências, nivelou todas as modalidades esportivas – futebol inclusive – a atos de representação nacional em que atletas e equipes dominaram os focos de atenção. Então, a preferência pública voltada para determinadas modalidades de esporte deu lugar à busca do herói esportivo, até mesmo reduzindo a importância dos fatores vitória, performance e ganho de medalhas. Neste particular, a jogadora Marta, do futebol feminino brasileiro nos Jogos 2016, é um bom exemplo a citar, pois encarnou convincentemente a figura de porta-voz da pátria nas vitórias e nas derrotas da seleção nacional.

Em suma, a experiência brasileira nos Jogos 2016, em tese, pode ser interpretada como uma catarse coletiva, possivelmente estimulada pelas atuais crises econômica e política do País, o que teria se confirmado no limite, durante a Paralimpíada. Efetivamente, neste último megaevento, manteve-se a cidadania esportiva, mas as manifestações afetivas associadas a valores protagonizaram um tom mais claro e direto do que aquele antecipado pelos Jogos Olímpicos, na mesma cidade-sede do Rio de Janeiro. Daí a ampla circulação dos valores no momento paralímpico, nas falas e relatos da mídia, realçando a amizade, superação (persistência), honestidade (fair play), igualdade e excelência, como descritos e contextualizados em <https://www.youtube.com/watch?v=h47IMI5-gvs>.

A novidade – todavia como pressuposição – foi o surgimento dos valores olímpicos-paralímpicos como legados, conforme escolhas da própria população brasileira tendo à frente os habitantes do Rio de Janeiro, precedidos por ações de marketing de várias empresas que investiram na mobilização da opinião pública local e nacional em favor dos jogos. Assim, dados os impactos olímpico e paralímpico, supõe-se que o País não será o mesmo depois dos megaeventos de 2016, bem como o esporte nacional deve ter entrado pretensamente na tão esperada fase de recriação.

E enquanto aguardamos uma melhor compreensão do que se passou, cabe-nos projetar, portanto, o futuro ainda dentro das expectativas da Sou do Esporte. Agora, as projeções devem partir dos valores olímpicos-paralímpicos, que influenciaram corações e mentes no nosso país. Para isso, o meio atual de maior disponibilidade é a Agenda Olímpica 2020 do COI, também abordada na entrevista de Fabiana Bentes com Lamartine DaCosta. Hoje, essa agenda referencia as relações internacionais olímpicas. E, como tal, esse documento de recomendações valorativas para o futuro dos Jogos Olímpicos está também relacionado a pessoas diferenciadas (deficientes, jovens, mulheres, grupos vulneráveis etc.), tendo como fundamentação principal – como suporte a um total de 40 recomendações – a sustentabilidade nas relações pessoas-instituições-meio ambiente e a tecnologia na definição de procedimentos gerenciais, como se pode verificar em http://sportsinbrazil.com.br/trab_academicos/ofuturo.pdf.

Esses focos das ações a cumprir para reconstrução do esporte no âmbito olímpico-paralímpico, e por repercussões dos esportes em geral, privilegiam atitudes dos dirigentes, atletas, técnicos, torcedores etc., em oposição à tradição – focalizando-se o caso brasileiro – de lideranças elegidas (entidades privadas) ou nomeadas por via política governamental. Nessas condições, a vontade popular, espontaneamente emergida no Brasil em agosto-setembro de 2016, encontrará em breve um novo esporte no País, com lideranças à altura da nova moral esportiva, se a Agenda Olímpica 2020 for realmente seguida em suas propostas inovadoras.

Isto posto, há uma incerteza natural sobre a continuidade do protagonismo da população brasileira nos esportes em geral, alcançado em 2016, pois governos e entidades privadas do setor esportivo habituaram-se, no Brasil, a propalar o que fazem sem se definir sobre o que deveriam renovar. Nesse ponto residem dúvidas da viabilidade da Agenda 2020. Em compensação, as duas intermediações principais do esporte brasileiro com a opinião pública, isto é, a mídia e os patrocinadores, aparentemente experimentaram uma notável sintonia com o que aqui estamos denominando de cidadania esportiva, durante os Jogos de 2016.

Essa comunhão de propósitos já fora ensaiada pelo futebol em seus melhores tempos e, agora, ressurgem em larga escala e com a oportunidade inédita de grande variedade esportiva em termos mercadológicos. Portanto, é bem provável que mídia e patrocinadores sejam os futuros indutores do novo esporte brasileiro, referenciado a valores compreendidos e compartilhados pela população. Assim sendo, a chance da Agenda 2020 vingar no Brasil dependeria dos poderes da comunicação de massa e seus apoiadores empresariais.

Em termos conclusivos, é oportuno fazer constar que a citada Agenda Olímpica 2020 inclui recomendações sobre como as entidades esportivas com relacionamentos olímpicos devem articular suas responsabilidades com atletas, lideranças, instituições e entes sociais. Sem embargo, o tema incide numa governança de responsabilidades compartilhadas, o que no ambiente esportivo nacional ainda constitui um desafio distante da realidade atual. Resta-nos, portanto, apostar na aceitação futura, por parte dos dirigentes do esporte brasileiro, dos exemplos de atitudes valorativas, advindas de cidadãos comuns durante os Jogos de 2016.

Por Lamartine Dacosta



Foto: Miriam Jeske

LARS GRAEL

Velejador

A "década do esporte" e

Muito discutimos sobre a chamada "década do esporte". Na verdade, muita coisa aconteceu nos últimos anos. Provavelmente, torna-se mais marcante a partir da criação do Ministério do Esporte e Turismo, em 1999.

Vejamos um cronograma de fatos recentes:

2000:

- Resgate dos JEBs por meio das Olimpíadas Colegiais Esperança. Parceria do governo federal (MET, MEC) com o COB e a Rede Globo.
- Consolidada Rede de Centros de Excelência Esportiva – Rede CENESP – Constituída por Grupos de Pesquisa voltadas ao Esporte, ligados a Universidades
- Criada a Comissão Nacional dos Atletas (CNA), tendo como primeiro presidente o bicampeão olímpico Adhemar Ferreira da Silva.
- Esporte Solidário é o programa social do Ministério do Esporte e Turismo. Lançado anteriormente na gestão do então ministro extraordinário do Esporte, Pelé.
- Fundação da Confederação Brasileira de Desporto Escolar (CBDE).
- Olimpíadas de Sidney: Brasil 52º lugar – 12 medalhas.
- Paralimpíadas: Brasil 24º lugar – 22 medalhas.

2001:

- Volta dos Jogos da Juventude.
- Lançamento do programa Esporte na Escola.
- Esporte é reconhecido como meio de ação social, por meio do Conselho Nacional da Criança e do Adolescente (CONANDA), do Ministério da Justiça.
- Retorno do Conselho Nacional do Esporte.
- Criação da Organização Nacional das Entidades do Desporto (ONED), entidades de modalidades não olímpicas.
- Criação do Fórum Nacional de Secretários e Gestores Estaduais do Esporte e Lazer.
- Brasil signatário e membro do conselho fundador da Agência Mundial Antidoping (WADA).
- Câmara Setorial dos Esportes. Texto final sob redação do professor Manoel Gomes Tubino.

as perspectivas futuras

2002:

- Brasil sedia os VII Jogos Sul-Americanos, no Rio de Janeiro, em São Paulo, Curitiba e Belém. Torna-se estratégico para captação dos Jogos Panamericanos no mesmo ano.
- Dirigentes brasileiros assumem a condução dos dois órgãos sul-americanos do desporto: CONSUDE (governamental) e ODESUR (comitês olímpicos nacionais).
- Aprovação da Lei de Importação de Material Olímpico e Paralímpico com isenção de impostos.
- Congresso Internacional do Conselho Internacional do Esporte Militar (CISM), no Rio de Janeiro.
- Lançamento do programa Forças no Esporte. Parceria do Ministério do Esporte e Turismo com o Ministério da Defesa.

2003:

- Ministério do Esporte (criação de ministério específico para o esporte).
- Aprovação do Estatuto do Torcedor.
- Lançamento do programa Segundo Tempo, englobando os programas e projetos sociais anteriores (Esporte Solidário, Esporte na Escola, Pintando a Liberdade, Navegar).
- Implantação do Programa Forças no Esporte.
- Criação da Associação Brasileira de Secretários Municipais de Esporte e Lazer.
- Jogos Panamericanos de Santo Domingo: Brasil 4º lugar – 123 medalhas.
- Parapan: Brasil 2º lugar – 164 medalhas.

2004:

- 1ª Conferência Nacional do Esporte.
- Futebol feminino torna-se organizado no Estado de São Paulo.
- Olimpíadas de Atenas: Brasil 16º lugar – 10 medalhas.
- Paralimpíadas: Brasil 14º lugar – 33 medalhas.

2005:

- Criação do programa Bolsa-Alela pelo Ministério do Esporte e pela Comissão Nacional de Atletas.

2006:

- 2ª Conferência Nacional do Esporte.
- Criação da ONG Atletas pelo Brasil (originalmente intitulada Atletas pela Cidadania).
- Aprovação da Lei de Incentivo do Esporte.

2007:

- Jogos Panamericanos no Rio de Janeiro (2ª vez que o evento é organizado no Brasil – 1963 em São Paulo).
- Jogos Panamericanos: Brasil 3º Geral – 161 medalhas
- ParaPan: Brasil 1º Geral – 228 medalhas
- Criação da REMS – Rede Esporte pela Mudança Social (associação de entidades e ONGs que atuam pela ação social por meio do esporte).

2008:

- Olimpíadas de Pequim: Brasil 23º lugar – 15 medalhas.
- Paralimpíadas: Brasil 9º lugar – 47 medalhas.

2009:

- Brasil escolhido para sediar os Jogos Olímpicos e Paralímpicos de 2016.
- COB cria seu Comitê de Atletas.

2010:

- 3ª Conferência Nacional do Esporte.

2011:

- Jogos Mundiais Militares (Brasil vencedor no quadro de medalhas).
- Alteração da Lei Pelé – denominada Nova Lei Pelé – lei 9.615 possibilita recursos de formação de atletas através da Confederação Brasileira de Clubes – CBC.
- Confederação Brasileira de Clubes equiparada por lei com o Comitê Olímpico do Brasil e o Comitê Paralímpico Brasileiro.
- Criação do LIDE Esporte – Liderança Empresarial engajada nas transformações de gestão e liderança no esporte.
- Jogos Panamericanos de Guadalajara: Brasil 2º Geral – 141 medalhas.
- Parapan: Brasil 1º Geral – 197 medalhas.

2012:

- Lançamento do Plano Brasil Medalhas (meta de Top 10 nos Jogos Olímpicos e Top 5 nos Paralímpicos de 2016).
- I Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino, organizado pelo Ministério do Esporte.
- Olimpíadas de Londres: Brasil 14º lugar – 17 medalhas.
- Paralimpíadas: Brasil 7º lugar – 43 medalhas.

2013:

- Copa das Confederações da FIFA no Brasil. Grande impacto. Conquista da seleção brasileira.
- Programa de Centros de Iniciação ao Esporte, do Ministério do Esporte.
- Programa Esporte e Lazer nas Cidades (PELC), do Ministério do Esporte.
- Aprovação da MP 620 que altera a Lei Pelé e garante transparência na gestão do esporte brasileiro – Atletas pelo Brasil; LIDE Esporte; REMS; CBC.
- Brasil sedia os Jogos Mundiais Escolares em Brasília/DF.

2014:

- Copa do Mundo de Futebol no Brasil (2ª vez que o evento é organizado no Brasil – 1950).
- Programa Atleta na Escola, do Ministério do Esporte.
- Programa Esporte da Escola, integrando os programas Segundo Tempo e Mais Educação – Ministério do Esporte.
- Centenário do Comitê Olímpico do Brasil.

2015:

- Resgate da Comissão Nacional de Atletas e reativação do Conselho Nacional do Esporte.
- Jogos Mundiais dos Povos Indígenas, em Palmas/TO.
- Apresentação parcial do Diagnóstico do Esporte (Censo de 2013) – Ministério do Esporte.
- Início dos debates do Sistema Nacional do Esporte (SNE) e do Plano Nacional do Desporto, no Ministério do Esporte e na Câmara dos Deputados.
- Lançamento da Sou do Esporte – Ferramenta independente de fomento ao atleta.
- Jogos Panamericanos de Toronto: Brasil 3º lugar – 141 medalhas.
- Parapan: Brasil 1º lugar – 257 medalhas.

2016:

- Lançamento da Rede Nacional de Treinamento do Ministério do Esporte.
- Jogos Olímpicos e Paralímpicos (pela primeira vez na América do Sul), no Rio de Janeiro.
- Olimpíada 2016: Brasil 13º colocado – 19 medalhas.
- Paralimpíadas: Brasil 8º colocado – 72 medalhas.
- Fortalecimento do Conselho Nacional do Esporte.

Com esse cronograma recente do esporte nacional, concluímos que vivenciamos, na verdade, uma década e meia de grandes acontecimentos e conquistas no esporte brasileiro.

Temos que ter a clareza de que não se trata do fim de um ciclo, mas um momento de medição do desempenho do esporte brasileiro.

Sem a prioridade na promoção de eventos, o esporte brasileiro voltará a lembrar que possui o artigo 217 da Constituição Federal para cumprir.

Temos que avançar nas metas do esporte de alto rendimento, sem prometer colocação no quadro de medalhas para os Jogos de Tóquio, em 2020. Podemos, sim, tentar repetir o feito dos britânicos. Crescer no quadro de medalhas nas olimpíadas e paralimpíadas, imediatamente após sediarem o evento. Isso é inédito. Prova de crescimento sustentável. Talvez esteja aí nossa meta sustentável. Para tal, teremos que aprimorar os modelos de governança e gestão esportiva. Preservar e, quando possível, ampliar os instrumentos de fomento e financiamento do esporte.

O Pacto pelo Esporte, proposto pela Atletas pelo Brasil, ganhará engajamento, na medida em que os investidores do esporte facultarão seus patrocínios em entidades que estejam comprovadamente com governança moderna, transparência e gestão moderna em suas ações.

Não há como debater o esporte de alto rendimento, sem necessariamente desenvolver as vertentes do esporte de participação, do esporte educacional, do esporte escolar e do esporte de formação.

Precisamos de coerência e definição de prioridades da União, estados e municípios. O momento é de falar em teto de gastos e austeridade nas contas públicas. Temos que debater, também, uma cota mínima de 1% das receitas públicas, para ser investido em atividade física, lazer e esporte, em todas as suas vertentes. Na prática, mais de 2.000 municípios brasileiros sequer possuem qualquer dotação orçamentária para o esporte. Não podemos continuar a debater políticas de esporte dissociadas das políticas públicas de educação e saúde. O esporte, sem essas vertentes, é estéril e pode ser avaliado como dispensável num momento de colapso nas contas públicas.

Suprimir a educação física no ensino médio, como sugerido pelo Ministério da Educação, é um completo absurdo. Um crime de lesa-pátria. A sociedade brasileira precisa exigir o caminho inverso ao sugerido. A valorização da educação física no ensino básico, com metas claras e sérias, torna-se indispensável.

O esforço na formação de atletas passa, obrigatoriamente, pela matriz do esporte brasileiro, os clubes. Forças Armadas cumprem com seu papel, mas podem atuar ainda na formação de talentos, já que hoje atuam na base e no topo da pirâmide evolutiva do esporte. ONGs e academias profissionais ocupam também um papel crescente nessa estrutura diversa, que representa a organização do esporte e da sociedade.

A participação do atleta no processo de modernização do esporte torna-se mandatória.

Mecanismos legítimos e independentes, como a SDE, são um sopro de novos ventos no esporte brasileiro.

Por Lars Schmidt Graef

Foto: Divulgação VOM



CRESCER

Foto: Divulgação CBV

A photograph of two female beach volleyball players from Brazil celebrating a victory. The player in the foreground is seen from the back, wearing a blue jersey with yellow trim, the number '1', and the name 'ÁGATHA' and 'BRASIL'. She is wearing a blue visor. The player in the background is facing her, shouting with her mouth wide open, and has her arms around the first player. Both players are wearing blue and yellow Brazilian national team jerseys. The background is a blurred crowd of spectators.

PARA VENCER



Foto: Carlos Nozawa



LAURETE GODOY

Dirigente Esportivo de Alto Nivel,
pela *Escuela Itinerante para Dirigentes Del Deporte*,
COI - Solidariedade Olímpica (1991)

Os Jogos Olímpicos e

Ao mergulharmos na trajetória dos Jogos Olímpicos modernos, verificamos que cada um deixou, atrás de si, uma história. Na primeira Olimpíada, realizada em solo ateniense, no ano de 1896, concretizou-se o sonho de Pierre de Coubertin: atletas de 13 países participaram do confronto esportivo, por ele reinstituído, que deveria transformar-se em uma reunião quadrienal fraterna, sem preconceito de raça, cor, religião ou riqueza.

Nos últimos 120 anos, foram efetivamente realizadas 27 Olimpíadas. As de 1916, 1940 e 1944 tiveram que ser suspensas em virtude da Primeira e da Segunda Guerra Mundial. Assim, de passo em passo, chegou-se aos XXXI Jogos da Era Moderna, realizados no Rio de Janeiro, em agosto de 2016.

Durante mais de um século, os Jogos Olímpicos viram surgir a radiodifusão e a televisão. O público assistiu à transformação do branco e preto em colorido e deliciou-se com a transmissão direta dos eventos esportivos via satélite. A explosão de ideias e criatividade contribuiu para o expressivo aperfeiçoamento tecnológico, que fez emergir uma sociedade fascinada por computadores, internet e sofisticados aparelhos celulares, alavancando também o mundo do negócio esportivo, que se dimensionou, mantendo o foco no mercado e nos valores olímpicos.

A inteligência foi colocada a serviço da produtividade. A expressão “energia em ação” transformou-se em força, agilidade, destreza, velocidade ou resistência. Ela não está presente apenas no esforço do atleta, que busca ampliar os limites do seu corpo. Dimensiona-se e fica fortalecida na criatividade dos dirigentes, responsáveis pela elaboração das estratégias para investir, economizando de um lado para ganhar do outro; na coragem dos empresários que promovem os megaeventos esportivos e investem maciçamente em merchandising para levar o público a prestar atenção aos produtos que desejam

o mundo dos negócios

vender; nos especialistas que lançam mão da robótica e administram recursos humanos e materiais, objetivando melhores resultados, mais vantagens e maiores lucros nos negócios que têm como palco o campo esportivo.

Palavras como “marketing”, “patrocínio” e “mídia”, agora, são indispensáveis e modificaram o cenário romântico, idealista e puramente amador idealizado por Pierre de Coubertin. O aperfeiçoamento constante exige profissionalismo. Não poderia mais ser executado por amadores. Embora os jogos sejam promovidos a cada quatro anos, o movimento olímpico é amplo, ininterrupto, emocionante e se infiltra em todos os setores de atividade.

São vários os fatores responsáveis pelo êxito crescente das Olimpíadas da era moderna e o motivo que levou atletas e marcas famosas a passarem para a história. O esforço despendido, a energia solicitada, a disciplina, a dedicação e a competição estão direcionados para a busca do melhor, não apenas nos campos esportivos, mas em todas as “engrenagens” do mundo empresarial a eles relacionadas.

Nos meses que antecederam a Olimpíada de 2016, enquanto a tocha olímpica percorria festivamente o território brasileiro, os meios de comunicação divulgavam notícias desalentadoras. Mas, enquanto isso, a Cidade Maravilhosa abria seus aeroportos e estradas para receber turistas nacionais, estrangeiros e esportistas. A exemplo das edições anteriores, a jornada olímpica deixou a marca de sua passagem pela cidade-sede, com melhorias e construções, algumas das quais se transformaram em novos cartões postais do Rio de Janeiro.

Quando a cerimônia de abertura da XXXI Olimpíada da Era Moderna começou, o mundo passou a assistir a um surpreendente, belo, alegre, diversificado e colorido espetáculo. Nas competições, recordes foram superados, surgiram novos heróis olímpicos, marcas esportivas firmaram-se nesse cenário e atletas brasileiros subiram ao mais alto lugar do pódio. Ao final, apesar dos dissabores iniciais, o lucro foi expressivo, tanto para os que atuaram no campo esportivo quanto para os que investiram no mundo dos negócios.

E, do alto do Corcovado, o Cristo Redentor abençoou a primeira realização de Jogos Olímpicos em uma cidade sul-americana. Evento que, de início, provocou críticas e descrédito, mas alcançou um grande sucesso e proporcionou muita alegria a todos que vivem neste Brasil gigante e tão querido.



Foto: Arquivo Pessoal

LEONARDO ANDREOTTI

Presidente do Instituto Brasileiro de Direito Desportivo (IBDD)

Sistema de resolução de controvérsias no futebol

Cabe ressaltar que a controvérsia, a disputa, o litígio e quaisquer formas de atrito sempre estarão presentes no relacionamento humano. E o futebol não foge à regra, sobretudo por sua transcendência social, política e, principalmente, econômica de grande relevo e que gera, no cenário esportivo nacional e internacional, uma série de situações que, para a busca de um equilíbrio e uma certa pacificação, merecerão o olhar atento e a interpretação daquele que decide, que impõe uma decisão.

Muito se discute acerca dos tipos de resolução de controvérsias esportivas, sejam elas disciplinares, administrativas – no sentido de atendimento a finalidades institucionais e, portanto, estatutárias – ou contratuais, sendo certo que muitas delas, até por uma questão de especificidade da área, deixam de ser apreciadas pelo Poder Judiciário, que assume em nossa cultura papel importante na prestação jurisdicional, nos moldes tradicionais, mas que não impede a solução por vias alternativas, em especial, nos casos em que se discutem direitos patrimoniais disponíveis, aqueles que, em linhas gerais, merecem menor grau de proteção do Estado, se comparados a outros cuja indisponibilidade se faz presente, como forma de proteção do próprio indivíduo que dele não pode dispor.

Nesse sentido, com exceção, no plano nacional, das matérias afetas a disciplina esportiva e competições, tendo em vista o mandamento constitucional, no sentido de se reservar à Justiça Desportiva a competência para a resolução de conflitos surgidos nessa seara, bem como excepcionando, também no plano nacional, as questões indisponíveis que serão apreciadas pelo Estado, vai crescendo o interesse pela arbitragem como meio alternativo e, por que não dizer, adequado, de resolução de conflitos, cujas vantagens se traduzem na especialidade do julgador, na celeridade dos procedimentos, no prestígio à autonomia da vontade das partes, na solução definitiva, portanto rápida, da lide, dentre outras de grande valia para uma verdadeira pacificação, encontrando no Tribunal Arbitral do Esporte, com sede na cidade suíça de Lausanne, seu maior expoente na jurisdição desportiva internacional.

Direito e desporto

Em que pese a jovialidade do Direito Desportivo ou Direito do Desporto, ramo das ciências jurídicas responsável por regular as relações surgidas no seio do fenómeno esportivo, por meio de um conjunto de normas públicas e privadas, na medida em que emanadas por entidades públicas na seara legislativa ou executiva, conforme sua matéria e seu momento oportuno, e por entidades privadas, geralmente representadas por federações esportivas internacionais e, no plano nacional, pelas respectivas associações nacionais a elas filiadas, este é um dos ramos mais antigos do Direito. Especialmente, se considerarmos que a atividade esportiva organizada, desde sua origem, conta em sua natureza com um regramento próprio, exemplo das regras de jogo, que a par de promover a organização do jogo, propiciou a própria globalização do fenómeno, na medida em que tornou possível o exercício de referidas práticas, sob as mesmas regras e, independentemente do idioma utilizado, em todos os cantos do planeta.

O desporto e suas regras, portanto, remontam à Antiguidade e carecem de organização, daí a importância da regência por uma entidade matriz, cujo objetivo institucional visa proporcionar a manutenção organizacional e estrutural do sistema, geralmente, capitaneado por associações civis sem finalidade lucrativa, conhecidas como “federações”.

A fortaleza do sistema federativo, seu complexo emaranhado de normas e a tão mencionada “especificidade do esporte” fazem com que o intérprete e operador do Direito Desportivo tenha que conjugar, em um balanço de interesses públicos e privados, no e do desporto, as normas públicas e privadas a ele relativas, desafio maior da seara jusdesportiva, traduzida e representada na dicotomia “autonomia x intervenção”.

Por Leonardo Andreotti Paulo de Oliveira



Foto: Divulgação MANGA

**LUCAS
BUENO**

Sócio Diretor do Grupo Manga

Patrocínio no Futebol: a era do engajamento e multiplicação

Nos últimos dez anos, alimentamos a ilusão da década do esporte no Brasil, da demanda reprimida por profissionais qualificados na gestão e marketing esportivo, na busca incessante pela diversificação de receitas nas entidades esportivas, especialmente nos clubes de futebol.

Observamos, debatemos e pouco colocamos em prática as dezenas de teorias e as referências importadas de países nos quais o patrocínio esportivo está mais consolidado. No futebol, fizemos de tudo, mas não construímos nada, e isso é ótimo quando falamos de patrocínio no esporte preferido dos brasileiros. É ótimo, pois não fixamos vícios e, passada a euforia, podemos enfim entender e implementar um novo modelo de investimentos na modalidade.

A partir de agora, olharemos para a tradição dos clubes e do futebol, porém, com uma visão de comunicação do futuro, no qual é impossível imaginar que seguiremos comercializando espaços de mídia nas camisas (patrocínio pontual no peito, omoplata, barra, meiões e costas não é diversificar receitas) ou apostando que a boa gestão dos programas de sócio-torcedor serão suficientes para trazer respiro financeiro aos clubes.

Estamos dando adeus a essa “era” e dando as boas-vindas à “era do engajamento e multiplicação”. Nesse novo futuro, fazer patrocínio no futebol será mais barato, eficaz e legítimo. Clubes e patrocinadores irão focar totalmente suas estratégias para desenvolver mais e mais o sentimento de pertencimento de seus fãs e consumidores. Investirão menos, porém, de maneira mais frequente e consistente, fazendo com que o patrocínio no futebol se aproxime muito ao de um plano de comunicação co-branded entre patrocinadores e patrocinado.

Bem-vindos à “era” na qual experiências individuais facilmente se tornam coletivas e se multiplicam em escala mais verdadeira do que o tradicional retorno de mídia. Bem-vindos a um novo modelo de patrocínio esportivo.

f /ComiteParalimpico

ig /ocpboficial

Comitê Paralímpico Brasileiro

SOU BRASILEIRO E

#Carrego
no
Peito

ESSE ORGULHO!

72 MEDALHAS CONQUISTADAS NOS
JOGOS PARALÍMPICOS RIO-2016 PELA
MAIOR DELEGAÇÃO BRASILEIRA DE TODAS
AS EDIÇÕES DOS JOGOS.

O ENCONTRO DE **286** ATLETAS
PARALÍMPICOS COM A TORCIDA BRASILEIRA.



Acesse o QR Code
ao lado e assista
a campanha.



#CarregoNoPeito o
Coração Paralímpico.



Foto: Arquivo Pessoal

LUCIANA LOPES

Advogada membro da Sociedade Brasileira de Direito Desportivo (SBDD)

Refúgio no esporte

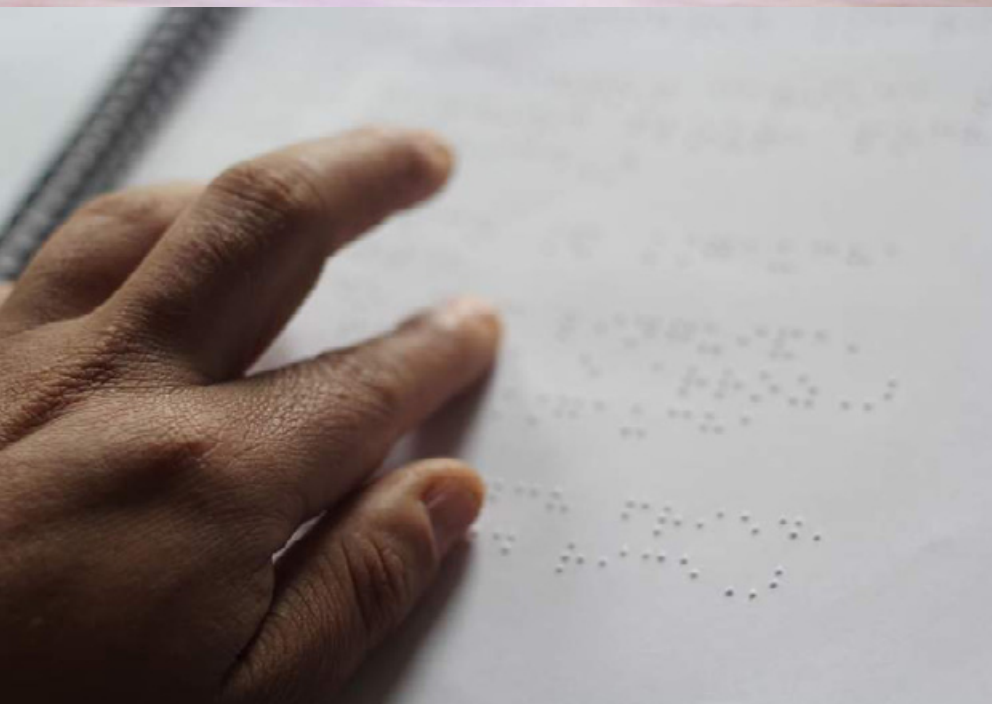
No Brasil, o número total de solicitações de refúgio aumentou mais de 2.868%, entre 2010 e 2015. A maioria dos solicitantes de refúgio vêm da África, Ásia (inclusive Oriente Médio) e Caribe¹.

Após a luta pela sobrevivência em um ambiente geológico adverso, de guerras, perseguições étnicas e religiosas, conflitos internos e desestruturação institucional, o anseio pelo recomeço e integração desembarca em solo nacional, juntamente com o solicitante do refúgio. Importa citar que o Brasil é signatário da Convenção das Nações Unidas, de 1951, sobre o Estatuto dos Refugiados e do seu protocolo de 1967. O País promulgou, em julho de 1997, a sua lei de refúgio (nº 9.474/97), contemplando os principais instrumentos regionais e internacionais sobre o tema. Segundo a hermenêutica de tais diplomas, os refugiados têm uma condição jurídica distinta dos estrangeiros, porquanto as medidas restritivas impostas a estes, no que se refere a emprego e proteção do mercado nacional do trabalho, não são aplicáveis aos refugiados. Portanto, o refugiado pode disputar as vagas no mercado de trabalho assim como os brasileiros, sem nenhuma reserva de mercado, inclusive no segmento esportivo. Uma vez que não há reservas de mercado em nenhum setor econômico, não deveria haver reserva no esporte, ainda menos no futebol, que é a modalidade esportiva com maior potencial de inclusão. Nesse sentido, discute-se acerca da possibilidade de equiparação dos atletas refugiados com os atletas brasileiros, no âmbito do desporto de alto rendimento.

O esporte, notadamente o futebol, tem um grande potencial inclusivo. Contudo, possibilitar aos jogadores refugiados competir profissionalmente representava um grande desafio. Os regulamentos que norteiam as competições limitam o número de vagas para atletas estrangeiros, gerando insegurança nos clubes no momento da contratação de um atleta que, por portar visto de refúgio, é de nacionalidade diversa, dando azo ao questionamento se ele estaria ocupando as vagas restritas aos estrangeiros ou não. Assim, acolhendo o parecer foi que a Federação de Futebol do Estado do Rio de Janeiro (FERJ), de forma inédita, assinou um acordo com a ONG VIVA RIO, visando à inclusão dos refugiados haitianos em competições oficiais, equiparando-os desportivamente aos brasileiros. Essa medida vale para refugiados de todas as nacionalidades em competições organizadas pela entidade. No futuro, mais entidades esportivas poderão seguir o exemplo de inclusão e equiparação de atletas refugiados aos atletas brasileiros, lançado pelo COI e pela FERJ.

Por Luciana Lopes

¹<http://www.acnur.org/portugues/recursos/estatisticas/dados-sobre-refugio-no-brasil/>



Não enxergamos obstáculos

Quem Somos

A Urece Esporte e Cultura para Cegos é uma associação sem fins lucrativos, localizada no Rio de Janeiro, criada em 25 de outubro de 2005, que desenvolve treinamentos esportivos, oficinas e projetos especiais para pessoas com deficiência visual de todas as idades.

Atualmente a Urece atua em quatro modalidades paraolímpicas: Futebol de 5, Goalball, Atletismo e Natação. Entre nossos atletas de destaque estão os medalhistas paralímpicos Felipe Gomes, Tiago Silva, Jhulia Karol e Filippe Silvestre.

Esporte para transformação social

Acreditando cada vez mais na força da transformação por meio do esporte, a Urece atua muito além da quadra para que pessoas com deficiência visual tenham sempre as potencialidades e as especificidades garantidas ao máximo no desenvolvimento das atividades.

Acessibilidade

A Associação representa um papel de vanguarda nas questões que envolvem a inclusão. Desde 2009, desenvolvemos projetos de acessibilidade e inclusão como produção de materiais em Braille, consultorias e palestras.

Inclusão e protagonismo

A Urece não é feita somente para as pessoas com deficiência visual, mas também é liderada por elas. Anderson Dias, deficiente visual desde a infância, é o atual presidente. Anderson também foi campeão paralímpico de Futebol de 5, em Atenas, 2004 e Campeão Mundial da modalidade, em 2000.

Saiba mais em www.urece.org.br



LUIZ CAMPOS

CEO The BOX Marketing Esportivo

O surf só vai crescer

O ano de 2016, com certeza, foi o da consolidação do surfe como esporte, principalmente no Brasil. A conquista do segundo título de Campeão Mundial Profissional consecutivo, em 2015, e, neste momento, com boas chances de um terceiro título, em 2017, além da confirmação do surfe nos Jogos Olímpicos de Tokyo, em 2020, mostram isso.

Fatores que, somados ao fato de o surfe ser muito mais que um esporte, ser também um estilo de vida, fazem com que seja uma opção de investimento muito interessante, atraindo empresas de fora do segmento. Empresas de telefonia, eletrônicos, montadoras e até mesmo corretoras de valores, que enchem a mídia com publicidade em geral, vinculando suas imagens e produtos a atletas, eventos e ações, passando, assim, todo o ambiente jovem, aventureiro e saudável que envolve esse esporte.

É correto dizer que o surfe, como outros esportes radicais, tem vida própria, é autossuficiente, criando tendências e conceitos com indústrias, empresas, marcas e canais de distribuição segmentados, que geram empregos e movimentam uma grande quantia em dinheiro; que é autossuficiente e sustenta atletas, eventos, mídia especializada e tudo o que o mercado precisa para crescer, desenvolver-se e sobreviver. Mas é preciso ter em mente que o mercado vive uma crise, tanto econômica como de identidade, refletida na falta de investimento das marcas de "surf wear", o que faz com que toda essa cadeia não esteja funcionando como uma engrenagem para cima.

Como sabemos, o mundo vive uma crise econômica. No Brasil, ainda temos a crise política, que traz um clima maior de insegurança, fazendo com que muitas empresas reavaliem e repensem seus investimentos.

Hoje, a grande maioria das marcas está mais preocupada com preço baixo e margem de lucro, levando o mercado a uma crise de identidade, por não se comunicar de maneira correta com seus reais consumidores. Muitas nem fazem produtos específicos para o surfe, deixando de lado muitos pontos de venda formadores de opinião, por não terem números altos, fatores que, com certeza, são um tiro no pé.

Acredito que devemos voltar a nos comunicar e fazer produtos para surfistas, olhar com atenção alguns pontos de venda que, apesar de não terem grandes números, agregam e vendem imagem à marca. É claro que não se pode esquecer os consumidores em geral, mas, com certeza, estes buscam marcas com conceito, formadoras de opinião e produtos de qualidade. Coisas que sabemos fazer, e muito bem.

Temos que levar em conta, também, o efeito Gabriel Medina, bom não só para ele, mas para alguns outros que estão até conseguindo captar, embora fora do mercado de "surf wear". Em 2016, tivemos várias surpresas positivas, mas, de dentro do segmento, muito pouco tem sido feito.

Em matéria de eventos, a cada ano o calendário diminui. Ainda temos alguns profissionais, como a etapa do World Tour e umas do Qualifyng Series. Ambas, junto a algumas competições regionais, vêm segurando a onda, mesmo não sendo o ideal. Sobre os eventos amadores, a situação está pior, pois vive de campeonatos regionais e alguns promocionais. Mas falta um circuito brasileiro consistente, para que os garotos se enfrentem e possam evoluir. Com isso, rapidamente teríamos um grande gap de atletas de alto nível. Com certeza, é preciso mudar a maneira de tratar e administrar, não só os eventos, mas a gestão do desenvolvimento do esporte.

Acredito que as marcas deveriam rever a maneira de encarar e gerir seus investimentos em patrocínio, de uma maneira mais eficaz para a marca, com maior resultado, tanto de posicionamento como de vendas. Para o patrocínio de atletas e eventos, criar metas e objetivos, não apenas de performance, mas usar seus atletas de uma maneira mais produtiva, aliando o uso e associação da imagem a uma visão 360 graus; elaborar um plano de marketing que envolva desenvolvimento de produtos, da criação ao feedback (são eles que usam e testam...), relacionamento com clientes, com eventos de CRM; buscar mais informações sobre os consumidores, pois estes

atletas são formadores de opinião e sabem, sim, passar muita coisa sobre tendência e comportamento, ou seja, buscar o melhor de cada um.

Em termos de eventos, procurar ser estratégico na hora de decidir qual o nível do evento, a melhor data, o local, se será um evento mais comercial, visando mais público, com uma experiência de marca, ou com foco na qualidade das ondas, valorizando a transmissão ao vivo. Tudo isso deve ser pensado na hora de decidir, planejar... Também é preciso pensar no fato de o surfe estar na próxima edição dos Jogos Olímpicos, Tokyo 2020. Isso pode ser um divisor de águas no cenário desse esporte. Afinal, estar em uma olimpíada, geralmente, é muito positivo, faz com que o esporte ganhe espaço na mídia e atraia mais patrocinadores, gerando um investimento maior.

Mas, para que isso seja positivo, é preciso uma mudança de mentalidade, de gestão, buscar um maior profissionalismo, elaborando um planejamento de quatro anos, levando-se em conta toda a cadeia do esporte, desde a base até o desenvolvimento, não só de atletas, mas de árbitros e promotores de eventos. Buscar melhorar os eventos e capacitar cada vez mais pessoas de todas as áreas que envolvam o esporte.

Para não cometermos os mesmos erros de outros, que não souberam aproveitar suas oportunidades, temos que pensar e ir além de um trabalho de alto rendimento, visando apenas uma boa participação nos jogos. Temos que deixar um legado, a médio/longo prazo, de gestão no esporte.

O ano de 2017 tem tudo para ser mais um ano de sucesso do surfe brasileiro no circuito mundial profissional. Mas, se não fizermos mudanças na gestão do esporte no Brasil, em todos os aspectos, vamos continuar com essa perigosa lacuna no desenvolvimento de atletas. Eles que, sem dúvida nenhuma, são o termômetro do mercado, os ídolos. E sabemos que o esporte depende de ídolos para fazer com que toda a cadeia do mercado se desenvolva e cresça. Para isso, temos, ao mesmo tempo, que nos reinventar e voltar a sermos nós! É um desafio, mas sabíamos lidar com isso muito bem, anos atrás.

Por Luiz Campos- Pinga

INSPIRAR, TRANSFORMAR E, JÁ QUE ESTAMOS FALANDO DE ESPORTE, POR QUE NÃO COMEMORAR?



“Além de ter a educação como DNA, a Estácio acredita que apoiar o desenvolvimento do esporte nacional é contribuir para a construção de um futuro melhor.”

Cláudia Romano
Diretora de Parcerias e Sustentabilidade



No ano em que acabamos de viver os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, abraçar a causa esportiva parece muito natural. Mas nenhuma universidade no Brasil tem uma relação tão ampla com o esporte quanto a Estácio. E não é de hoje. Há 46 anos, a Estácio vem formando campeões por meio da educação, escrevendo uma bela história com o Programa Educar para Transformar*. Por tudo isso, fomos escolhidos como Apoiador Oficial dos Jogos Rio 2016. Depois de tantos anos apoiando o esporte, a gente tem muito o que comemorar.

*Conheça o programa em www.estacio.br/educarparatransformar



Estácio

A NOSSA VIDA É TRANSFORMAR A SUA

Foto: Divulgação Ministério do Esporte



LUIZ LIMA

Secretário Nacional de Alto Rendimento
(Ministério do Esporte)

A importância da base para o alto rendimento

Quando assumi a Secretaria Nacional do Esporte de Alto Rendimento, senti-me extremamente honrado como brasileiro e como atleta olímpico. Vivenciei de perto as experiências, dificuldades, necessidades e alegrias em competir dentro e fora do País. Vi a oportunidade de poder contribuir para o desenvolvimento do esporte no Brasil. Ao me tornar secretário, identifiquei um grande desafio de política pública: fazer o Brasil praticar mais esporte. E é visando a esse objetivo que eu tenho trabalhado – e vou continuar – disseminando o conhecimento e a cultura do esporte por todas as regiões do País.

Um dos meus principais objetivos é aproximar os atletas do Ministério do Esporte. Eles precisam fazer parte, dando suas contribuições para a formulação de políticas públicas para a área. Tanto precisam ser ouvidos, de modo a abrirmos sempre a pasta como um canal de diálogo, quanto podem difundir seus conhecimentos e experiências para os brasileiros.

Os atletas que recebem ou receberam incentivos do governo federal, como o Bolsa Atleta, ou que mantêm projetos apoiados pela Lei de Incentivo ao Esporte, têm conhecimentos importantes e vivências que podem ser repassados a milhares de jovens e crianças por todo o País. Assim, estamos trabalhando para que, em breve, diversos esportistas comecem um programa itinerante, em que irão palestrar em escolas públicas e privadas, estimulando os alunos, especialmente os mais jovens, a praticar esportes e atividades físicas. A aproximação do atleta com o brasileiro é importante e necessária para o desenvolvimento do esporte.

O Bolsa Atleta, aliás, é uma das maiores conquistas do Brasil para fomento da prática esportiva e será mantido e aprimorado, com a participação dos atletas, das confederações e das universidades. Com o maior programa

de patrocínio individual e direto do mundo, o Ministério do Esporte concedeu, desde a criação, em 2005, mais de 51 mil bolsas para 20,7 mil atletas de todo o País. Eu mesmo sou um ex-bolsista do programa, patrocinado no primeiro exercício do projeto. A iniciativa foi fundamental para que pudesse continuar minha carreira. Em nenhum lugar do mundo temos um programa similar. O programa transfere recursos diretamente para a conta dos atletas, sem a necessidade de intermediários.

Um bom termômetro do impacto do Bolsa Atleta foi medido nos Jogos Rio 2016. Na Olimpíada, 77% dos 465 atletas convocados para defender o Brasil eram bolsistas. Das 19 medalhas conquistadas pelos brasileiros – a maior conquista da história –, apenas o ouro do futebol masculino não contou com atletas bolsistas. Já na Paralimpíada, o Brasil teve a maior delegação da história, com 286 atletas, sendo 90,9% bolsistas. Foram 72 medalhas conquistadas, em 13 esportes diferentes: 14 ouros, 29 pratas e 29 bronzes, além de 99 finais disputadas. Todas as medalhas brasileiras foram conquistadas por atletas que recebem o apoio financeiro do programa.

Entretanto, é importante que o esporte seja ainda mais democrático. Nos Jogos Rio 2016, dos 465 atletas olímpicos que representaram o Brasil, 294 eram da região Sudeste, 73 da Sul, 51 da Nordeste, 21 da Centro-Oeste e apenas sete da Norte (os demais eram estrangeiros). O quadro precisa mudar e vamos trabalhar com muito afinco para que isso ocorra.

Uma das frentes de trabalho para alcançar essa meta, e fazer do Brasil uma potência esportiva, é tornar as universidades núcleos esportivos. Precisamos ampliar e profissionalizar campeonatos internos, aumentar as ligas universitárias, usar os espaços dessas instituições para disseminar conhecimento, estimular competições e ver, quem sabe, o surgimento de grandes nomes do esporte nacional. Muitas universidades públicas, em todas as regiões do País, receberam investimentos do Ministério do Esporte, como equipamentos esportivos de ponta e pistas oficiais de atletismo. Para tanto, vamos trabalhar em parceria com a Secretaria Nacional de Esporte, Educação, Lazer e Inclusão Social, com o Ministério da Educação e com a Confederação Brasileira de Desporto Universitário (CBDU).

Com o fim dos Jogos Rio 2016, vamos consolidar a Rede Nacional de Treinamento, aposta do governo federal como legado de infraestrutura esportiva e de nacionalização da Olimpíada e Paralimpíada. A Rede vai interligar as diversas instalações existentes, ou em construção, em todo o País e contará com diferentes padrões de estruturas, atendendo dezenas de modalidades, desde a fase de detecção e formação de talentos até o treinamento de atletas e equipes. Parceria entre governo federal, estados, municípios e confederações, a Rede foi instituída pela lei 12.395/2011. A ação também propiciará aprimoramento e intercâmbio para técnicos, árbitros, gestores e outros profissionais do esporte. O trabalho se apoiará na aplicação das ciências do esporte à formação e ao treinamento de atletas.

Temos ainda a construção de mais de 200 centros de iniciação ao esporte, que permitirão a descoberta de talentos e a formação de atletas em modalidades olímpicas e paralímpicas, mantendo conexão com escolas e núcleos de esporte social e comunitário. Esses locais poderão comportar até 13 modalidades olímpicas (atletismo, basquete, boxe, handebol, judô, lutas, tênis de mesa, taekwondo, vôlei, esgrima, ginástica rítmica, badminton e levantamento de peso), seis paralímpicas (esgrima em cadeira de rodas, judô, halterofilismo, tênis de mesa, vôlei sentado e goalball) e uma não olímpica (futsal).

As instalações terão papéis distintos dentro da Rede, desde aquelas focadas na descoberta do talento, garantindo a formação da base, até as que vão se especializar no treinamento dos atletas das seleções nacionais, com toda a qualificação que isso requer. Desse modo, unindo a Rede Nacional, a experiência dos atletas e o desporto universitário, conseguiremos disseminar conhecimento e incentivar jovens e crianças a praticarem esporte.

O ensino de educação física deve ser garantido aos alunos das escolas públicas e privadas. Sou professor de educação física e acredito que o Brasil só vai mudar quando todos enxergarem o esporte como educação.

Quem sabe na sua escola, no seu bairro, na sua rua ou até mesmo na sua casa não existe um campeão, um herói do esporte brasileiro, pronto para crescer e se tornar um medalhista olímpico ou paralímpico? Só saberemos se tivermos, no Brasil, o desenvolvimento do esporte em toda a sua plenitude, da base ao alto rendimento.

Por Luiz Lima

Construindo um futuro à altura da nossa história



- Aeronáutico
- Agronegócio
- Ambiental
- Bancário e Financeiro
- Biotecnologia
- Comércio Internacional e Aduaneiro
- Compliance
- Concorrencial
- Contencioso e Arbitragem

- Contratos
- Energia
- Esportes e Entretenimento
- Fusões e Aquisições
- Imobiliário
- Infraestrutura
- Marítimo
- Mercado de Capitais
- Penal Empresarial
- Petróleo e Gás

- Previdência Social
- Propriedade Intelectual
- Público e Regulatório
- Reestruturação de Empresas
- Relações Governamentais
- Seguros e Resseguros
- Societário
- Trabalhista
- Tributário

*São Paulo
Campinas
Brasília
Rio de Janeiro
Nova York*

Member

LexMundi
WorldReady

demarest.com.br



Foto: Divulgação



MAGIC PAULA

Gestora Esportiva e
Fundadora do Instituto Passe de Mágica

Qual é a prioridade do

Acabamos de vivenciar e – por que não? – de nos vangloriar de que sabemos fazer um grande evento, de que a festa foi linda, de que os Jogos Olímpicos são o máximo, de que os nossos atletas são heróis nacionais. Enfim, foi impossível não entrar no clima de que nós, brasileiros, somos todos o time do Brasil. Mas será que esta década de grandes eventos no nosso país foi capaz de transformar os velhos dilemas que afetam o esporte nas suas várias manifestações?

Para mim, não. Precisamos parar de dourar a pílula e ter, ao mesmo tempo, um olhar crítico e uma análise construtiva.

Apesar do investimento considerável neste último ciclo olímpico, não alcançamos o objetivo de classificação entre os dez melhores países no quadro de medalhas. Houve uma melhora significativa em relação aos jogos anteriores, quando o Brasil ficou em 22º lugar, em 2012, e em 13º, em 2016.

No entanto, para o desenvolvimento esportivo do País não podemos nos tornar reféns da performance de atletas brasileiros que dependem de treinos em outros países e da naturalização de atletas e treinadores estrangeiros. Ficam as perguntas: os investimentos serão preservados? O que mudou na política esportiva dos estados e municípios? E no País?

Não podemos negar que o evento trouxe um pouco de alento para a alma do brasileiro, que se depara com um momento de crise política, econômica e moral. Nesses dias de Jogos Olímpicos e Paralímpicos, pudemos sentir quanto o esporte é inspirador e quanto pode ser importante e estratégico. Ficou claro em debates que ele é um elemento transversal para diversas políticas públicas nas áreas de educação, saúde, planejamento urbano e meio ambiente.

Esse esporte que nos encantou, e que para o grande público pode parecer apenas um, na verdade é a cereja do bolo de um processo que deveria ser atrelado a todas as manifestações que fazem parte de um processo natural, aquele que se inicia com o esporte educacional – que deveria ser liderado pela educação física escolar,

esporte para o Brasil?

mas que tem sido desenvolvido pelas incontáveis ONGs que concebem o esporte como ferramenta de ensino e transformação social – e com o esporte participativo, indutor da atividade física como mecanismo de integração social, lazer e saúde.

Infelizmente, invertemos a prioridade do Estado, que passou a injetar um montante considerável de recursos, ou a maior fatia do bolo, para a melhoria da performance dos nossos atletas de ponta e esqueceu que sem o investimento adequado em uma política pública de esporte os nossos talentos irão minguar. Sem um projeto de massificação e um choque de cultura esportiva, que seja uma prioridade política para o País, teremos novos problemas nos próximos ciclos olímpicos.

Sou uma das fundadoras da organização Atletas pelo Brasil (www.atletaspelobrasil.org.br), que vem contribuindo e propondo mudanças para que esse processo possa trazer melhorias ao esporte brasileiro. Em 2014, a Atletas apresentou aos candidatos à presidência da república uma carta compromisso com diversas propostas para o desenvolvimento de uma política pública setorial: estipular metas quantitativas e de resultado para melhoria da atividade física e do esporte escolar; criação de um comitê interministerial para articulação de programas e projetos voltados ao esporte; implementação de um esporte de qualidade em todas as escolas brasileiras; definição do Sistema Nacional de Esporte; regulamentação da participação dos atletas nas eleições das entidades de administração do esporte; fiscalização efetiva do cumprimento da legislação; renovação, desburocratização e celeridade na utilização da Lei de Incentivo ao Esporte; coleta periódica e disponibilidade pública de dados sobre atividade física e esporte.

Além de apoiar a Atletas pelo Brasil na defesa estrutural do esporte, também trabalho “na ponta”, como se diz no jargão do terceiro setor. Sou fundadora do Instituto Passe de Mágica (www.passedemagica.org.br) que, desde 2004, fomenta a iniciação socioesportiva com foco no desenvolvimento humano, tendo o basquete como fator de transformação social. Hoje, atendemos 900 crianças e jovens em três cidades do estado de São Paulo e, em 2017, levaremos nossa metodologia para o Vale do Ribeira, no sul do estado de São Paulo, visando alcançar até 20 municípios com o projeto F5 – Formação e Atualização Profissional.

A atuação do instituto é bastante ilustrativa do atual quadro brasileiro. Trabalhamos como centenas de outras ONGs, apoiados em leis de incentivo e sem acesso a um financiamento público

regular que ajude a preencher a lacuna de 70% de escolas públicas que não possuem, sequer, uma quadra esportiva para suas atividades.

Saindo da base e retornando para a ponta da pirâmide do esporte de alto rendimento, a pergunta final que resta é: afinal, que resultado foi obtido em termos de um legado para os nossos jovens?

Equipamentos esportivos novos, participação brasileira em todas as modalidades dos Jogos Olímpicos, aumento do número de medalhas e maior visibilidade para modalidades que dificilmente aparecem na mídia brasileira. Todos estes são incontestáveis avanços gerados pelo megaevento e que deixarão todo fã de esportes feliz. Mas os verdadeiros legados da realização dos Jogos Olímpicos são uma nova consciência para a gestão esportiva brasileira, o reconhecimento do esporte como merecedor de uma política pública consistente e a promoção da participação social na elaboração, execução e monitoramento dessa política pública. Esta, sim, pode ser uma medalha de brilho mais duradouro.

Por Magic Paula

LARS GRAEL

Para ele não existe vento contra.

2 medalhas olímpicas
campeão mundial da
Classe Star 2015

**Uma palestra que
inspira a desafiar limites!**

WWW.LARSGRAEL.COM.BR (11) 98259-5561

CECILIA@YKONES.COM.BR DENNYS@YKONES.COM.BR



Foto: Arquivo Pessoal

MARCELO ALONSO

Jornalista

O MMA muito além da crise

O ocaso dos quatro maiores ídolos do MMA brasileiro, Rodrigo Minotauro, Wanderlei Silva, Vitor Belfort e Anderson Silva (o primeiro oficialmente aposentado e os outros três se aproximando do momento de pendurar as luvas), tem gerado uma falsa impressão de que o esporte anda em crise no Brasil. Não é verdade.

Basta uma análise do ranking das dez categorias de peso UFC para se chegar à conclusão de que o Brasil vai muito bem, obrigado.

Nunca na história do evento tivemos tantos representantes com chances reais de título, em praticamente todas as divisões. Ou seja, a renovação está ocorrendo de maneira gradual e o retrato mais objetivo disso é que o Brasil continua mantendo sua média histórica de dois cinturões, atrás apenas dos EUA, que têm seis, mas contam com um plantel de quase 290 atletas contratados, enquanto os brasileiros não chegam a 80 dos 550 atletas contratados pelo show.

Outro fato curioso e que merece destaque é que nunca, nos 23 anos de história da organização, tantos cinturões mudaram de mãos num período tão curto. Das dez categorias de peso, apenas uma se manteve com o mesmo dono nos últimos 16 meses: o cinturão dos moscas (56,7 kg), que está com Demetrious Johnson desde 2012. Todas as outras divisões tiveram alternância de campeões, com destaque para o galo feminino, em que o cinturão teve quatro donas diferentes em oito meses.

Essa alta rotatividade de títulos e o aumento do índice de imprevisibilidade das lutas têm trazido ainda mais emoção ao esporte, atraindo ainda mais o interesse de fãs que, nos últimos oito meses, levaram o UFC a bater quatro dos cinco maiores números de pay per views da história do evento.

Os números batidos pelo UFC atraíram o interesse dos bilionários investidores da WME-IMG, que compraram o show por quatro bilhões de dólares, em julho. Curiosamente, 14 anos antes, Dana White e os irmãos Fertitta compraram o evento, criado pelo brasileiro Rorion Gracie, em 1993, por dois milhões de dólares, conseguindo 2000% de valorização.

A nova direção tem planos de aumentar o investimento no show, alavancando ainda mais todo o mercado à sua volta que, hoje, emprega milhares de profissionais no mundo todo.

Todos esses investimentos trazem perspectivas ainda mais animadoras para o esporte no Brasil, em 2017.

Apesar de toda crise econômica que assola o País, desde 2015, Giovanni Decker, presidente da organização por aqui, só teve motivos para comemorar.

Em 2016, o UFC bateu recorde de público no Brasil com o UFC 198, lotando a Arena da Baixada, em Curitiba, com 45.207 pessoas (terceiro maior público da história do evento), batendo inclusive o recorde de público do estádio na Copa do Mundo. Os ingressos esgotaram no primeiro dia de vendas e 42 milhões de pessoas foram impactadas nas mídias sociais. A página do UFC Brasil no Facebook bateu 4,8 milhões de fãs; o canal no YouTube teve 93,7 milhões de visualizações.

A julgar pela quantidade de brasileiros com chances de disputar o cinturão em 2017, e levando em conta o fato de que a economia já começa a dar sinais de melhora, tudo indica que estes números só devem crescer, impactando diretamente todo o mercado e, como sempre, promovendo inclusão social por meio da renovação natural de talentos do país da luta.

Por Marcelo Alonso



MARCUS VINÍCIUS FREIRE

Medalhista Olímpico (Vôlei)

A nação olímpica e o

O Comitê Olímpico do Brasil (COB) trabalha para tornar e manter o Brasil uma potência olímpica, e a realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016 foi parte fundamental desse processo, seja pela popularização de esportes pouco conhecidos dos brasileiros, pelo desenvolvimento dessas modalidades por meio do trabalho de preparação para os jogos ou pelo surgimento de novos ídolos e exemplos para toda uma geração de jovens amantes do esporte.

O Brasil viveu dias inesquecíveis durante os jogos. Enquanto o público celebrou nas arenas do Parque Olímpico, nas ruas de suas cidades ou na frente da TV, novos heróis surgiram em modalidades até então pouco tradicionais ou mesmo desconhecidas dos brasileiros.

No Rio, conseguimos a melhor participação brasileira em Jogos Olímpicos. O Time Brasil conquistou 19 medalhas, alcançando a 12ª colocação pelo total de medalhas. O País obteve mais que o dobro de medalhas de ouro em relação a Londres 2012 e Pequim 2008, quando conquistou três em ambas. O recorde anterior era de cinco, em Atenas 2004. Além disso, aumentamos em quase 100% a participação em finais, em relação a Londres. Foram 71 finais no Rio e 36 nos jogos passados.

Para o COB, o resultado não foi surpresa e, sim, fruto de trabalho e planejamento realizados desde o dia em que o Rio venceu a disputa pela sede dos jogos. Mas, para muitos, seria improvável o País alcançar o pódio na canoagem, como fez o baiano Isaquias Queiroz. No tradicional atletismo, nunca tínhamos conquistado medalha no salto com vara até Thiago Braz quebrar o recorde olímpico. No tiro esportivo, Felipe Wu recolocou o Brasil entre os vencedores após quase cem anos de olimpismo. O que dizer de Diego Hypolito e Arthur Nory, que chegaram sem cerimônia ao solo sagrado da ginástica, antes dominado por japoneses, europeus e americanos?

Uma das nossas maiores vitórias nos Jogos Olímpicos, prevista no planejamento estratégico da entidade, foi aumentar substancialmente o leque de modalidades com conquistas de medalhas – de 9 em Londres para 12 no Rio. Essas modalidades tiveram apoio e investimento inéditos durante esse ciclo olímpico, em um trabalho sustentável que já elevou o patamar a um nível sem volta, mesmo após os Jogos Olímpicos Rio 2016.

futuro dourado do Time Brasil

Se pensarmos também nas milhares de crianças brasileiras que tiveram contato com algumas modalidades, pela primeira vez na vida, durante os Jogos Rio 2016, as possibilidades para o futuro se tornam muito interessantes. Aumentamos, assim, as chances de toda uma geração de jovens que vibrou com os jogos e agora anseia seguir em contato com a prática esportiva e os valores olímpicos. Há sempre um esporte olímpico em que nossos jovens possam se inspirar até que virem motivo de inspiração.

Nada disso seria possível sem o investimento feito na preparação do Time Brasil. Os atletas brasileiros se prepararam dentro das melhores condições do mundo, começando pelos treinadores, equipes multidisciplinares, ciências do esporte, compra de equipamentos de última geração, manutenção e construção de centros de treinamento, viagens de intercâmbio e competições de alto nível em diferentes países.

Costumo dizer que a maior vitória no período de preparação da delegação brasileira para os jogos foi o alinhamento entre os agentes financiadores. O COB, com a liderança do presidente Carlos Arthur Nuzman, conseguiu colocar na mesma mesa o governo federal, confederações brasileiras olímpicas, Forças Armadas, clubes e patrocinadores. Essa união mostra o caminho que deve ser seguido, principalmente em tempos de austeridade como o que estamos passando. O investimento correto e unificado não precisa ser refeito.

Se pensarmos na qualificação dos profissionais que trabalharam com nossos atletas, podemos imaginar um futuro para lá de promissor ao esporte brasileiro. Gestores, treinadores, médicos, cientistas, psicólogos, fisioterapeutas, jornalistas... Temos agora cultura olímpica, pronta para ser colocada em prática.

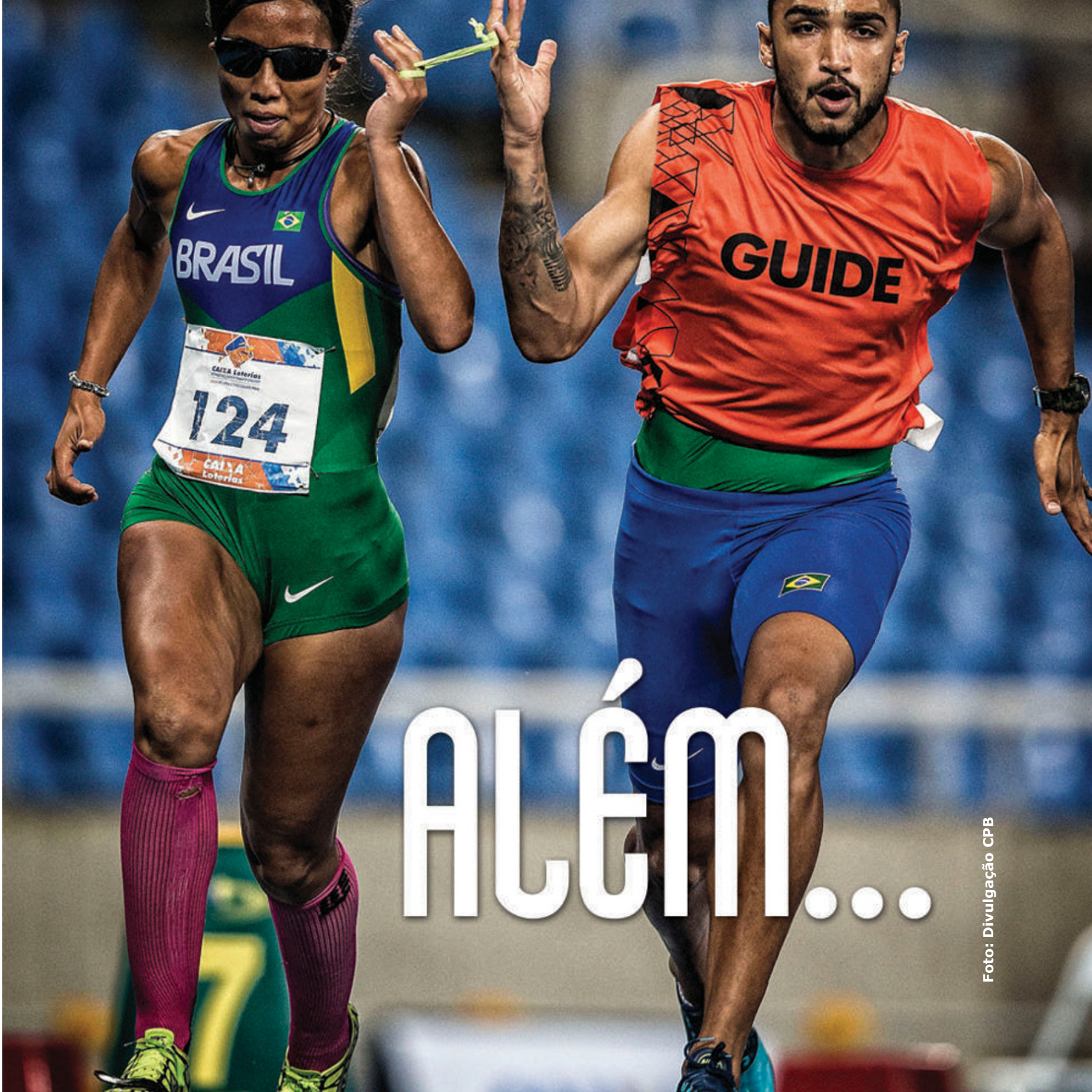
Ficam também as instalações esportivas e os centros de treinamento espalhados pelo País e à disposição dos atletas brasileiros e das grandes competições internacionais.

Com tudo isso, não tenho dúvida, o futuro do esporte brasileiro e do Time Brasil será cada vez mais dourado.



IR...

PARALIMPIADAS
ESCOLARES
2015



ALÉM...

Foto: Divulgação CPB



Foto: Divulgação

RODRIGO NOGUEIRA

Embaixador do UFC

A transformação do MMA

Poucos esportes sofreram tamanha transformação nos últimos 20 anos como o MMA, a começar pelo nome. Quando passei a me interessar por esse universo, aficionado pelos feitos da família Gracie, a modalidade recebia a alcunha de vale-tudo. Era um mundo praticamente sem regras. Até puxão de cabelo era ferramenta utilizada por alguns lutadores em momentos adversos. Como consequência, o esporte era mal visto, sofria com o preconceito do grande público e seus praticantes iam pelo mesmo caminho.

Não demorou muito para os promotores de eventos entenderem a necessidade de um produto mais vendável. O pensamento era claro: quanto mais adeptos ao esporte, maior seria a possibilidade de fazer bons negócios. Quando estreei profissionalmente, peguei a fase de transição. Algumas regras haviam sido implementadas, como o uso de luvas e o tempo de luta, mas ainda carecia de muitas mudanças.

Com o passar dos anos, a preocupação foi se expandindo para o universo dos atletas. A integridade física dos lutadores, até então ignorada, passou a ser tratada como primordial. Alguns golpes foram proibidos e novas regras incorporadas. Aos poucos, o esporte foi se profissionalizando e quebrando a barreira do preconceito.

Um episódio que me marcou muito foi uma matéria feita pelo “Fantástico”, na época em que eu lutava no Japão. Ainda repórter na ocasião, Glória Maria foi acompanhar uma edição do extinto Pride, onde lutaríamos eu e o Wanderlei Silva. Lembro bem quando ela chegou ao evento e conversou conosco pela primeira vez. Suas impressões sobre o mundo do MMA eram as piores possíveis. Mas, depois de passar alguns dias em nossa companhia e acompanhar de perto toda a rotina de treinos e competições, ela ficou encantada e fez uma reportagem incrível. Esse foi um grande divisor de águas para o esporte no Brasil.

Depois do sucesso do Pride, veio o fenômeno do UFC. Com regras bem determinadas, o MMA passou a ser um esporte de mais fácil entendimento. O sucesso era apenas uma questão de tempo. Não demorou muito para se tornar uma febre no Brasil. À medida que as vitórias vinham dentro do octógono, o reconhecimento nas ruas vinha na mesma proporção. Em pouco tempo, nós nos tornamos ídolos de uma geração.

Hoje, já não subo mais no octógono. Mas ainda faço um trabalho focado no desenvolvimento das artes marciais. Além de manter uma rede de franquias da “Team Nogueira”, com milhares de alunos em todo o mundo, administro um projeto social no Rio de Janeiro para mais de 900 crianças, com aulas de boxe, judô, jiu-jitsu e MMA. Nosso esporte demorou muito para alcançar esse patamar e me sinto na obrigação de não deixar que esse trabalho se perca.

Por Antônio Rodrigo Nogueira, o Minotauro

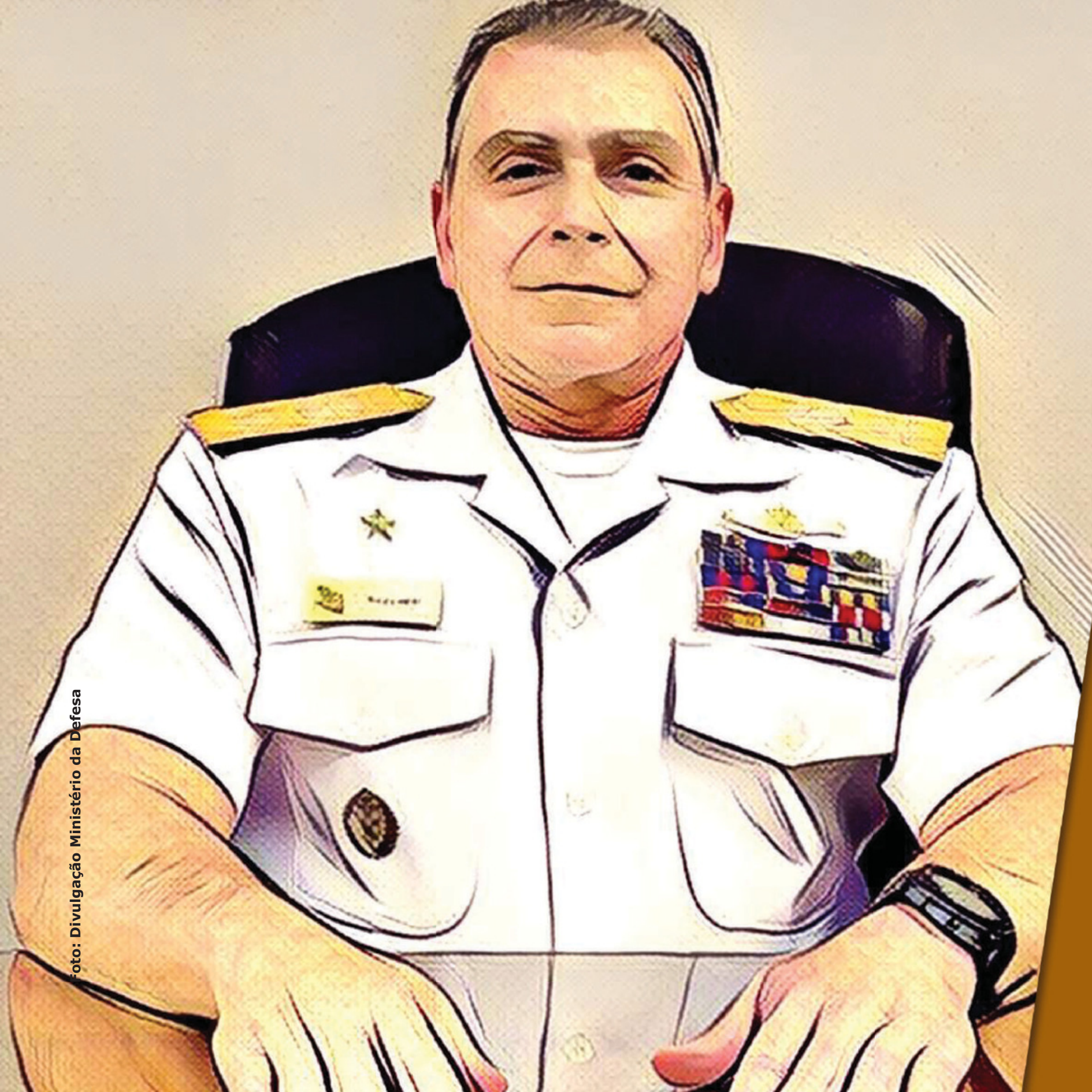


Foto: Divulgação Ministério da Defesa

PAULO ZUCCARO

Vice-Almirante Fuzileiro Naval
Diretor do Departamento de Desporto Militar do Ministério da Defesa

Programa de Atletas Militares de Alto

Os Jogos Olímpicos Rio 2016 revelaram, em sua plenitude, a extraordinária eficácia do Programa de Atletas Militares de Alto Rendimento (Paar), do Ministério da Defesa. Contudo, é importante recordar que o programa teve início em 2008 e, neste sentido, demonstra os benefícios resultantes de um planejamento acurado que se materializou mediante uma gestão esmerada. À época, seu principal objetivo era preparar nossas Forças Armadas para alcançarem um resultado digno nos V Jogos Mundiais Militares, pois recém havíamos recebido a notícia de que, em 2011, o Brasil sediaria, na cidade do Rio de Janeiro, aquele importante evento esportivo.

Não obstante, desde aquelas ações iniciais para a elevação do nível do desporto militar brasileiro que, até então, possuía posição e aspirações muito modestas no ranking dos países membros do Conselho Internacional do Esporte Militar (Conseil International du Sport Militaire – CISM), já sabíamos que o programa também poderia oferecer relevante contribuição ao esporte brasileiro de alto rendimento como um todo. Assim demonstravam as experiências bem-sucedidas de outros países que eram, e ainda são, simultaneamente, potências olímpicas e potências desportivas militares, como Alemanha, China, França, Itália e Rússia.

Assim, inspirados nessas positivas referências, moldamos nosso projeto às especificidades do arcabouço jurídico brasileiro, atinente ao serviço militar, e fomos, gradualmente, incorporando talentos desportivos às fileiras das Forças Armadas, tanto nomes consagrados quanto promessas ainda por se confirmar. Esses atletas são inseridos no Serviço Militar Voluntário, que tem caráter “temporário”, pois sua permanência máxima é de oito anos. Sua seleção se dá por meio de editais públicos, em que são objetivamente valorados seus resultados esportivos, particularmente seu desempenho em competições importantes de suas modalidades. O Paar também conta com a participação de militares de carreira que revelaram elevado pendor desportivo em suas atividades regulares. Entre militares temporários e de carreira, o programa conta hoje com 627 atletas.

Rendimento - Um caso de sucesso

O Paar oferta muito aos atletas participantes. De imediato, cabe ressaltar que os valores cultuados no ambiente militar, como determinação, coragem, honra, espírito de equipe e muitos outros, também são determinantes no mundo esportivo. Sob o enfoque material, na condição de militares, eles têm direito à remuneração mensal correspondente a seu posto ou graduação, bem como contam com um valioso apoio de retaguarda que lhes proporciona atenção médica, odontológica, fisioterápica, nutricional, bons técnicos e excelentes estruturas e equipamentos para treinar e competir em circunstâncias muito favoráveis. Aliás, para muitos desses atletas, a adesão ao nosso programa significou a diferença entre continuar competindo no alto rendimento ou ter que abandonar seus sonhos para se reposicionar no mercado de trabalho.

A propósito, cumpre enaltecer a importância da parceria entre o Ministério da Defesa e o Ministério do Esporte para o sucesso do Paar. Ciente do enorme potencial do programa para o desenvolvimento esportivo do País, o órgão máximo do desporto na administração pública federal vem respaldando integralmente nosso trabalho e aportando um apoio financeiro decisivo, não apenas para permitir a participação de nossos atletas militares em competições de alto nível no Brasil e no exterior, mas também para que as três forças dispusessem de instalações e equipamentos desportivos excelentes, que têm sido muito valiosos tanto para o desporto militar quanto para o esporte nacional, de forma mais ampla.

Os resultados foram aparecendo a cada evento em que nos envolvíamos, a começar pelos próprios V Jogos Mundiais Militares, que determinaram o início do programa. O Brasil alcançou o primeiro lugar no quadro de medalhas, após uma disputa acirrada com a China, que terminou com a segunda colocação. A Rússia, outra grande potência desportiva militar, não participou daquela competição.

Em 2012, 51 atletas militares participaram da delegação brasileira nos Jogos Olímpicos de Londres e eles contribuíram com a conquista de 5 das 17 medalhas obtidas pelo Brasil. Em 2015, tivemos dois eventos marcantes. O primeiro foi o Pan-Americano de Toronto, em que 125 atletas militares conquistaram 67 medalhas

para o País, ratificando a importância do programa para o esporte de alto rendimento nacional. O outro evento foi a sexta edição dos Jogos Mundiais Militares, daquela feita na Coreia do Sul. A Rússia participou do evento e conquistou a primeira colocação no quadro de medalhas. Ficamos em segundo lugar e a China alcançou a terceira posição. Além de, uma vez mais, atestarmos o valor do programa, consolidamos nosso status de potência desportiva militar.

Animados por tão vultosos êxitos, estipulamos duas metas bastante ambiciosas em relação à contribuição do Paar ao esforço olímpico brasileiro para a Rio 2016: colocarmos, pelo menos, 100 atletas militares no time Brasil e, com eles, conquistarmos, ao menos, 10 medalhas olímpicas. Dizem que a sorte persegue os audazes, mas ela costuma sorrir mais para os que planejam e se preparam competentemente... Bem, fomos brindados com a convocação de 145 atletas militares para o time Brasil, e eles proporcionaram a expressiva marca de 13 medalhas conquistadas! Um notável feito, especialmente porque essas medalhas representaram aproximadamente 2/3 do total de pódios brasileiros.

Outro dado muito relevante é o fato de que, se em Londres obtivemos medalhas em apenas duas modalidades, judô e pentatlo moderno, agora fomos ao pódio em nove: tiro esportivo, judô, ginástica artística, atletismo, natação, boxe, vela, vôlei de praia e taekwondo. Ademais, neste magnífico ano de 2016, também tivemos participações brilhantes em diversos campeonatos mundiais do CISM, com destaque para os seguintes resultados: campeões mundiais militares de basquete feminino; vice-campeões mundiais militares de futebol feminino; campeões mundiais de pentatlo militar; campeões mundiais militares de golfe, em todas as categorias; campeões mundiais militares de vôlei de praia feminino e terceiro lugar no masculino; além de conquistar diversas medalhas no campeonato mundial militar de wrestling e obter o terceiro lugar feminino no mundial militar de pentatlo moderno. São indicações mais do que claras de que daremos ainda mais alegrias aos brasileiros nos próximos ciclos olímpicos.

Por falar em ciclos, no presente momento, estamos reavaliando nossos resultados no ciclo que está por encerrar-se e refinando nosso planejamento para o próximo quadriênio, que abarca os VII Jogos Mundiais Militares na China, em 2019, e os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020. Tudo começa por estudar e selecionar as modalidades nas quais somos mais fortes e temos mais a oferecer. Quanto a metas, seria prematuro estabelecê-las agora mas, certamente, serão ainda mais desafiadoras e, igualmente, superadas!

Mas o sucesso do Paar oportuniza a menção a outro programa que também nos enche de orgulho, nosso querido Programa Forças no Esporte (Profesp). O empreendimento permite que crianças e jovens, entre 6 e 18 anos, em sua maioria vivenciando situações de vulnerabilidade social, frequentem diversas organizações militares no chamado “contraturno escolar”. Ou seja, se estudam pela manhã, vão às unidades no período da tarde e vice-versa. Ali recebem iniciação esportiva e, de acordo com as possibilidades de cada organização militar, iniciação musical, artes, reforço escolar, noções e prática de cidadania, conscientização ambiental e muitas outras atividades construtivistas. Também fazem duas refeições nas unidades: café da manhã e almoço ou almoço e lanche, conforme o período de sua participação.

Presentemente apoiando cerca de 21 mil crianças e jovens, por meio de 156 organizações militares, o Profesp se propõe, essencialmente, a promover a inclusão social de seus beneficiários, porém, também estamos fazendo conexões entre ele e o alto rendimento, pois estamos vendo surgir, ainda timidamente, talentos desportivos no programa. Por essa razão, uma de nossas prioridades atuais é sistematizar esse processo, explorar essa sinergia e, assim, oferecer mais essa contribuição para o esporte nacional, sempre com o objetivo finalístico de fazer do Brasil um país mais saudável, mais produtivo, com mais qualidade de vida, mais orgulhoso de suas vitórias e mais focado em um futuro venturoso para as próximas gerações.

Por Almirante Zuccaro



Foto: Arquivo Pessoal

MALBET BITENCOURT

Campeão Olímpico de Vôlei & Comentarista do SPORTV

O despertar de novos heróis

É verdade, tivemos olimpíada... E que olimpíada! Todos os temores e receios ficaram para trás, quando vimos o espírito que a olimpíada brasileira teria, logo na cerimônia de abertura. Que espetáculo! Ficou marcado que seria a olimpíada da diversidade, da inclusão, da união, ou seja, a olimpíada de todos.

Quiseram os deuses do Olimpo que, já na cerimônia de abertura, tivéssemos um grande exemplo disso. Entre tantos supercampeões do esporte brasileiro, quem teve a honra de acender a pira olímpica foi o “somente” medalhista de bronze Vanderlei Cordeiro de Lima.

Por quê? Porque ele deu uma das maiores lições, ao mundo, de esportividade, positividade e espírito olímpico, quando foi prejudicado pelo “louco” padre irlandês e chegou sorrindo e dançando ao fim da maratona em Atenas 2004, quando certamente, sem esse imprevisto, poderia ter ganhado a medalha de ouro. Não levou o ouro, mas levou a admiração, o carinho e o respeito do mundo inteiro!

Quiseram os deuses do Olimpo que, durante a olimpíada brasileira, verdadeiros mitos do esporte mundial, como Usain Bolt e Michael Phelps, confirmassem mais uma vez essa condição e vencessem dando um show de performance e simpatia.

E que um baiano “arretado” e de origem humilde, chamado Robson, vencesse tudo e todos para conquistar o inédito ouro no boxe olímpico para o Brasil.

E o que falar de um tal Thiago, que tinha como adversário o campeão olímpico, recordista mundial, e teve a melhor performance da sua vida na competição mais importante do mundo?

Teve ouro também no “quintal de casa” com as nossas meninas da vela, mostrando que o amor pelo esporte passa de pai para filho, neste caso, filhas.

E pergunto a vocês se há um resultado mais emblemático, quanto à diversidade, do que a medalha de ouro da nossa Rafaela? Ah, Rafaela... Que volta por cima! Espetacular!

E o ouro do futebol que finalmente chegou? Justamente no Maracanã, contra a Alemanha, exorcizando dois fantasmas de uma vez só.

Logicamente que deixei por último o meu amado voleibol que, em dois templos desse esporte (Praia de Copacabana e Maracanãzinho), mostrou ao Brasil e ao mundo que o trabalho iniciado há 30/40 anos, e com estes

olímpicos e paralímpicos

cenários como símbolos, iria se consagrar definitivamente e justamente ali! Além disso, jogando no lixo alguns preconceitos e tabus: "Bruno Schmidt é baixinho... Vôlei moderno é para gigantes". E ele virou gigante em Copacabana. "Ah, mas o Serginho já era, não consegue jogar uma olimpíada aos 40 anos de idade". E ele escreveu mais uma página inesquecível na história do vôlei e do esporte nacional.

Isso tudo sem falar das outras medalhas, de prata e bronze, honradíssimas, conquistadas com muito suor e recheadas de muitas histórias de superação e vitória.

Acharam que eu me esqueceria da espetacular paralimpíada? NUNCA! Milhares de vencedores na vida, reunidos em um único lugar! Eles que sabem, como ninguém, fazer do limão azedo uma limonada docinha, docinha. Eles que, edição a edição, estão fazendo com que nós os enxerguemos não somente como grandes seres humanos que são, mas, sim, como atletas de alto rendimento, que buscam marcas, recordes e vitórias, como qualquer atleta olímpico.

Pois é, pessoal, temos motivos de sobra para nos orgulharmos e nos inspirarmos muito. Quantos exemplos de vitórias, recheadas da marca que todos queriam que fossem os Jogos Olímpicos brasileiros: DIVERSIDADE. Aí estão alguns exemplos de que os valores do esporte podem, sim, transformar toda uma sociedade. Quantas crianças se inspirarão nesses atletas e poderão se transformar em novos Thiagos, Robsons, Rafaelas, Clodoaldos, Terezinhas, Dirceus, Ricardinhos, Brunos, Martines, Serginhos etc.?

Quando falarem em legado, gostaria que as pessoas pensassem nisso. E as empresas, tão responsáveis pelo apoio e desenvolvimento do esporte, idem. Associar valores a resultados. É isso!

Que as empresas não enxerguem o esporte somente como uma ferramenta de marketing e divulgação institucional. Que enxerguem como um grande alicerce que ajudará seus colaboradores a trabalharem melhor, tornando-se profissionais e pessoas melhores. Esse é o "x" da questão!

Se todos os "atores" do esporte tiverem esse comprometimento, tenho certeza de que o legado para o Brasil será gigante e nosso país terá cumprido seu grande papel: olimpíada exemplar, no que diz respeito à organização e execução, mas, principalmente, terá ajudado a construir uma sociedade melhor.

Vivam os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, viva o esporte, viva o Brasil!

Por Nalbert Bittencourt



Foto: Arquivo Pessoal



NELSON TODT

Presidente do Comitê Brasileiro Pierre de Coubertin
e Coordenador do Grupo de Pesquisa em
Estudos Olímpicos da PUC-RS

Agenda 2020 e o olimpismo:

via de mão única para o movimento olímpico e seus parceiros

A tradição histórica que afirma que os Jogos Olímpicos não surgiram como mera exposição de desempenho atlético, mas como um veículo para a promoção da transformação social e educacional, eventualmente, tem sido acompanhada de perto por instituições do mundo moderno, fazendo com que o movimento olímpico se adapte aos novos tempos.

No entanto, os princípios propostos por Pierre de Coubertin devem ter sua importância questionada no mundo de hoje. Provavelmente, pelo próprio Coubertin, que foi o grande defensor da globalização e da universalização do desporto. Hoje, esses fatores tornam os Jogos Olímpicos uma vítima de seu próprio sucesso (parafraseando Jean-Loup Chapelle), gerando dilemas e contradições intermináveis.

Um dos temas recorrentes nesse assunto é a dimensão alcançada pela exploração política dos Jogos Olímpicos. Como menciona o Comitê Olímpico Internacional (2007), os Jogos Olímpicos têm o potencial para ser usados como uma ferramenta de propaganda e um instrumento de interesse político.

Se os jogos são utilizados por razões políticas, o ideal olímpico é comprometido. Também deve-se destacar que, com o enorme alcance midiático do movimento olímpico nos últimos 16 anos, outras frentes da sociedade aproveitaram para promover questões políticas e sociais que o próprio olimpismo propõe combater. Portanto, a questão aqui é não permitir que a dimensão ideológica do movimento olímpico encubra a realidade.

Um dos estudos básicos sobre os valores olímpicos foi conduzido pelo filósofo alemão HANS LENK, em 1964. Seu estudo demonstrou como os valores associados com a ideologia do olimpismo mudaram durante o século passado (LENK, 1964).

Já MILTON-SMITH (2002) afirma que a revitalização dos valores olímpicos, enquanto caráter, credibilidade e comunicação, será o fator crítico para o sucesso futuro do movimento olímpico. Ele sugere ainda uma reconceptualização dos jogos, priorizando uma estrutura de valores globais, necessária para um contrabalanço com os atuais interesses econômicos. No

entanto, sensacionalismo, profissionalismo e nacionalismo são fatores que têm desempenhado um papel histórico no enfraquecimento dos valores humanísticos do desporto.

Nessas circunstâncias, é necessário saber em qual modelo organizacional o movimento olímpico está operando.

É importante salientar que a realização de megaeventos, como os Jogos Olímpicos, apesar de sua forte identificação na perspectiva do “capital econômico”, revela-se também como catalisador de mudanças socioculturais. Segundo LEME (2008), o bom legado é o que nasce de fatores intangíveis, tais como a obtenção da capacidade de melhoria contínua em estruturas governamentais, no engajamento comunitário e no desenvolvimento de “capital social”, via capacidade e suporte público para continuar a inovar após o término dos jogos.

De uma forma ou de outra, um evento de tamanha tradição histórica também provoca mudanças, não somente no âmbito esportivo. Basta lembrar de Sydney 2000, quando delegações da Coreia do Sul e do Norte entraram juntas no estádio, sob a mesma bandeira. Em Atenas 2004, quando a ONU apoiou o COI ao solicitar às nações do mundo que parassem todas as guerras durante os jogos. Apesar dos apelos intermináveis referentes aos direitos humanos, em Beijing 2008 foi dado um dos passos mais importantes para a abertura da China ao mundo. Londres 2012 foi a primeira edição dos jogos em que todos os países tiveram atletas mulheres em suas delegações. Agora mesmo, no Rio de Janeiro 2016, houve a participação de um “time de refugiados” competindo sob a bandeira do COI.

Nessa direção, as recomendações da Agenda Olímpica 2020 dão ao Comitê Olímpico Internacional uma visão clara de aonde o movimento olímpico está indo e de como proteger a singularidade dos Jogos Olímpicos, fortalecendo os valores olímpicos na sociedade (Comitê Olímpico Internacional, 2014).

A partir da leitura de todo o texto da Agenda 2020, é possível dizer que as mudanças propostas têm como base os valores olímpicos. Os valores e princípios do olimpismo (conforme descrito na Carta Olímpica) são clamados a ser universais (PREUSS, SCHÜTTE, KÖNECKE e DACOSTA, 2014).

Na cerimônia de abertura da 127ª Sessão do COI, seu presidente, Thomas Bach, disse: “Se queremos que os valores do olimpismo permaneçam relevantes na sociedade, o tempo para a mudança é agora” (Comitê Olímpico Internacional, 2014).

Nesse contexto, outras recomendações da Agenda 2020 chamam a atenção para a relação com parceiros e patrocinadores. De acordo com o vice-presidente do COI, Zaiqing Yu: “A Agenda 2020 tem estado em contato com patrocinadores de diferentes lugares do mundo, e esses, através de diferentes formas, estão contribuindo com ideias que vão fazer o nosso movimento mais forte no futuro”.

Frente à realidade social atual e aos desafios propostos pela Agenda 2020, a tradição histórica do olimpismo deve ser adotada e adaptada por algumas instituições do mundo moderno, que incentivam atitudes éticas, ajustando o movimento olímpico ao nosso tempo. A renovação dos próprios valores será crucial para espalhar a educação baseada nos valores olímpicos.

Isso, de certa forma e devida medida, dá validação à Agenda 2020, na recomendação de que o COI abra espaço para a cooperação e o networking com organizações (competentes e reconhecidas internacionalmente) e ONGs, a fim de aumentar o impacto de seus programas (Comitê Olímpico Internacional, 2014).

Como provoca SEGUIN (2014), enquanto as “marcas” (patrocinadores) olímpicas estão alinhadas com o olimpismo, as ações do movimento olímpico, por muitas vezes, não estão de acordo com os “valores” olímpicos, o que, conseqüentemente, resulta em falta de sinergia e concordância. Assim, pergunta-se: a missão educativa do movimento olímpico deve ser a de criar um número maior de “torcedores olímpicos” ou construir um mundo melhor por meio do esporte?

Em tempos de Agenda 2020 e da realização dos Jogos Olímpicos Rio 2016, é importante avaliar que estratégias desenvolvidas nessa edição dos jogos podem se tornar referência, no sentido de um maior envolvimento daqueles que efetivamente fazem o movimento olímpico e podem conduzi-lo ao futuro.

Por Nelson Todt

REFERÊNCIAS

- BORDIEU, PIERRE, 1983. *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero.
- INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2007. *The Olympic Museum Document Set – Teachers*. Lausanne: IOC.
- INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2014. “Olympic Agenda 2020 – 20+20 recommendations”. Reference document. Lausanne. http://www.olympic.org/documents/olympic_agenda_2020/olympic_agenda_2020-20-20_recommendations-eng.pdf
- LEME, ANA F, 2008. “Revisão Descritiva do Modelo East London para Legados de Jogos Olímpicos e Paraolímpicos”. In *Legados de Megaeventos Esportivos*, eds. Lamartine DaCosta et al., 212-16. Brasília, DF: Ministério do Esporte.
- LENK, HANS, 1964. *Werte, Ziele, Wirklichkeit der modernen Olympischen Spiele*. Schorndorf: Hofmann.
- PREUSS, HOLGER, NORBERT SCHÜTTE, THOMAS KÖNECKE and LAMARTINE DACOSTA, 2014. “Olympic Ideals as seen by Olympic Scholars and Experts”. Working Paper Series n. 13. Mainzer Papers on Sports Economics & Management. Johannes Gutenberg University of Mainz.
- SEGUIN, BENOIT, 2014. “How has the Olympic Movement changed since Sydney 2000?”. In *Olympic Ideals as seen by Olympic Scholars and Experts*, ed. Preuss, Holger, Norbert Schütte, Thomas Könecke and Lamartine DaCosta. 2014. Working Paper Series n. 13. Mainzer Papers on Sports Economics & Management. Johannes Gutenberg University of Mainz.



PERÓLAS NEGRAS: ATLETAS HAITIANOS, REFUGIADOS ACOLHIDOS E VENCEDORES.

Um exemplo de superação,
força de vontade, coragem
e inclusão social. Com o apoio
do Viva Rio, o Pérolas Negras
já acumula diversos títulos.
Mas não é só futebol. Hoje, são
105 jovens haitianos que moram,
estudam e treinam no Brasil
e Haiti. Um projeto que forma
cidadãos ávidos por conquistas.



academiaperolasnegras.org

PARA QUE TUDO ISSO ACONTEÇA PRECISAMOS DO SEU INVESTIMENTO.



Foto: Arquivo Sou do Esporte



RAFAEL PLASTINA

CEO Sport Track

Jogos Olímpicos, um jogo de números

A cada final de ciclo olímpico acontecem os jogos, o que por si só é uma festa de números, tempos, recordes, medalhas, felicidade, congregação entre povos e muito mais. Por outro lado, no mesmo período, aparecem alguns outros números que também repercutem de forma meteórica. Esses números vão em três linhas principais: prêmio por medalha, custo de cada medalha conquistada e impostos cobrados pela premiação dada aos vencedores. Obviamente, esses números são midiáticos, suscitam discussão, avaliações e críticas, muitas críticas às políticas dos governos de cada país.

Dando uma olhada no quadro final de medalhas dos últimos Jogos Olímpicos e cruzando os resultados com a história e a política dos países, é possível fechar um ciclo de análise interessante. No final das contas, algo curioso salta aos olhos, ou seja, tudo não passa de um jogo de causa e consequência. Algo que devemos usar sempre em nossas vidas, pois, geralmente, buscamos criticar e encontrar soluções para as consequências sem, muitas vezes, sequer visualizar as causas.

Investe-se muito tempo analisando o tamanho do investimento para a conquista de medalhas. Esse estudo é feito por várias empresas, gerando grande repercussão na mídia. Antes de falar sobre esses estudos, vale deixar uma questão a ser respondida no final: ganhar medalha é causa ou consequência?

Voltando aos estudos, o que eles fazem é coletar todos os dados de investimentos feitos, basicamente, pelo governo, para chegar à relação valor investido total x valor relativo para cada medalha conquistada. De fato, esses números são importantes para monitorar e, talvez (digo talvez), avaliar o resultado desses esforços. Digo talvez, pois qual referência há para saber se um valor “x” por medalha é muito ou pouco, bom ou ruim? Uma avaliação pode até ser feita, cruzando-se diversos ciclos olímpicos, uns quatro ou cinco.

Somente assim seria possível fazer uma avaliação consistente sobre a curva relativa entre investimento e ganho de medalhas. Por outro lado, fica claro que se um país faz, ciclo a ciclo, esse tipo de avaliação é porque há grande carência em definir uma política esportiva contínua.

Outra linha de investigação e comparação é o quanto cada medalhista ganha em prêmios. Esse tipo de estudo e especulação me parece bem simples e falta também algum sentido. Digo isso, pois o tamanho da premiação em valores depende de variáveis que dificilmente mudam. Uma delas é a força econômica de cada país. Outra é a cultura esportiva, passando pelas relações entre governo e patrocinadores. Vale lembrar que ganhar uma medalha é fruto de muitos anos de trabalho. É a forma mais clara de já deixar aqui um exemplo de causa e consequência. Ganhar medalha é consequência de anos de trabalho, logo, este é a causa. Arrisco dizer que até o atleta que ganhou a maior premiação de seu país, ganhou pouco, merecia muito mais. Sem querer confundir, mas ganhar uma medalha é consequência do trabalho de um país, de um atleta, de seus técnicos e assessores. Por outro lado, é causa para que milhares de crianças despertem seu interesse pelo esporte. Logo, insisto, os prêmios são módicos para o valor que têm.

Uma terceira linha de números, referente às medalhas conquistadas, é peculiar dos Estados Unidos. Curiosamente, para alguns, o governo americano vai taxar os ganhadores de medalhas nos Jogos Rio 2016. O cálculo é gradual, levando em conta uma escala de quantidade de medalhas ganhas versus o montante de dinheiro em prêmios dados. É curioso, pois a relação que fazemos é com a medalha, mas a taxa é sobre o dinheiro recebido. Logo, gera uma sensação de injustiça. "Caramba, o cara trabalha a vida toda, dedica-se, ganha uma medalha e ainda vai pagar imposto?". É, é isso mesmo. Estamos falando de um país, ou do país, que mais e melhor trata o esporte em todo o mundo. Por lá, conseguiram uma equação imbatível: cultura, esporte, escola e CONTINUIDADE. São 200 anos em que esporte e escola se confundem. Isso mostra que qualquer família americana tem, pelo menos, cinco gerações de contato direto com o esporte, com competições que vão desde a escola básica, passando pelo ensino médio, pela universidade e chegando ao profissional. Para isso, há forte investimento em infraestrutura, em bolsas, competições. Dito isso, fica justíssimo o pagamento do imposto. Obviamente, cada país tem suas formas de taxar bens e riqueza. Não estou dizendo que outros países também não taxem, de alguma forma, a premiação de seus atletas, apenas citei um exemplo que repercutiu na mídia mundial.

Ao longo da história, outros países usaram e usam o esporte como forma de mostrar poder, diferentemente do modelo citado acima. Alguns investiram no esporte, pois iriam hospedar os jogos, vide o caso da Grã-Bretanha e do Brasil. Ambos aumentaram seus investimentos em esporte, visando melhorar sua performance em medalhas. Algo legítimo até para países sem tradição no esporte. No caso da Grã-Bretanha, o trabalho mostra-se mais consistente e começou com boa antecedência. Já nos Jogos de Londres 2012 o resultado foi contundente, mas alcançar o segundo lugar no quadro de medalhas no Rio foi histórico. Por outro lado, o esporte já foi usado para mostrar e reforçar a soberania de uma raça sobre outra. Para mostrar que regimes políticos totalitários e comunistas são melhores que outros. Mas em todos esses casos eles tentaram inverter a ordem, ou seja, trocar consequência por causa. Resultado: nenhum deles, exceto a China – mais pelo seu tamanho –, subsistiu. Alemanha, Cuba, União Soviética, dentre outros, sucumbiram.

Por qualquer ângulo que se analise, por qualquer tipo de número que se avalie, fica claro que investir na educação, na prática do esporte na escola, fomentando a união entre essas duas poderosas ferramentas de formação do ser humano, é a grande causa para a consequente vitória olímpica. Outras formas, como citado acima, até trazem medalhas, mas carecem do elemento máximo e fundamental nessa equação, que é a CONTINUIDADE. Educação, mais prática esportiva, mais competitividade, mais continuidade é o segredo para o sucesso. Além das medalhas, essa equação ainda traz uma sociedade mais saudável, mais educada, mais longa, e o investimento financeiro do Estado é diluído ao longo dos anos, além de ser compartilhado com a iniciativa privada. Realmente, precisamos aprender um joguinho bem básico: causa e consequência.

Por Rafael Plastina

A young man with dark, wavy hair, wearing a white fencing jacket with a red collar that has "www.fallstar.com" printed on it. He is looking off to the side with a serious expression. In the background, there is a beach scene with waves and a large, wheeled piece of equipment, possibly a beach chair or a small vehicle. A hand in a white fencing glove holding a foil is visible in the upper right corner.

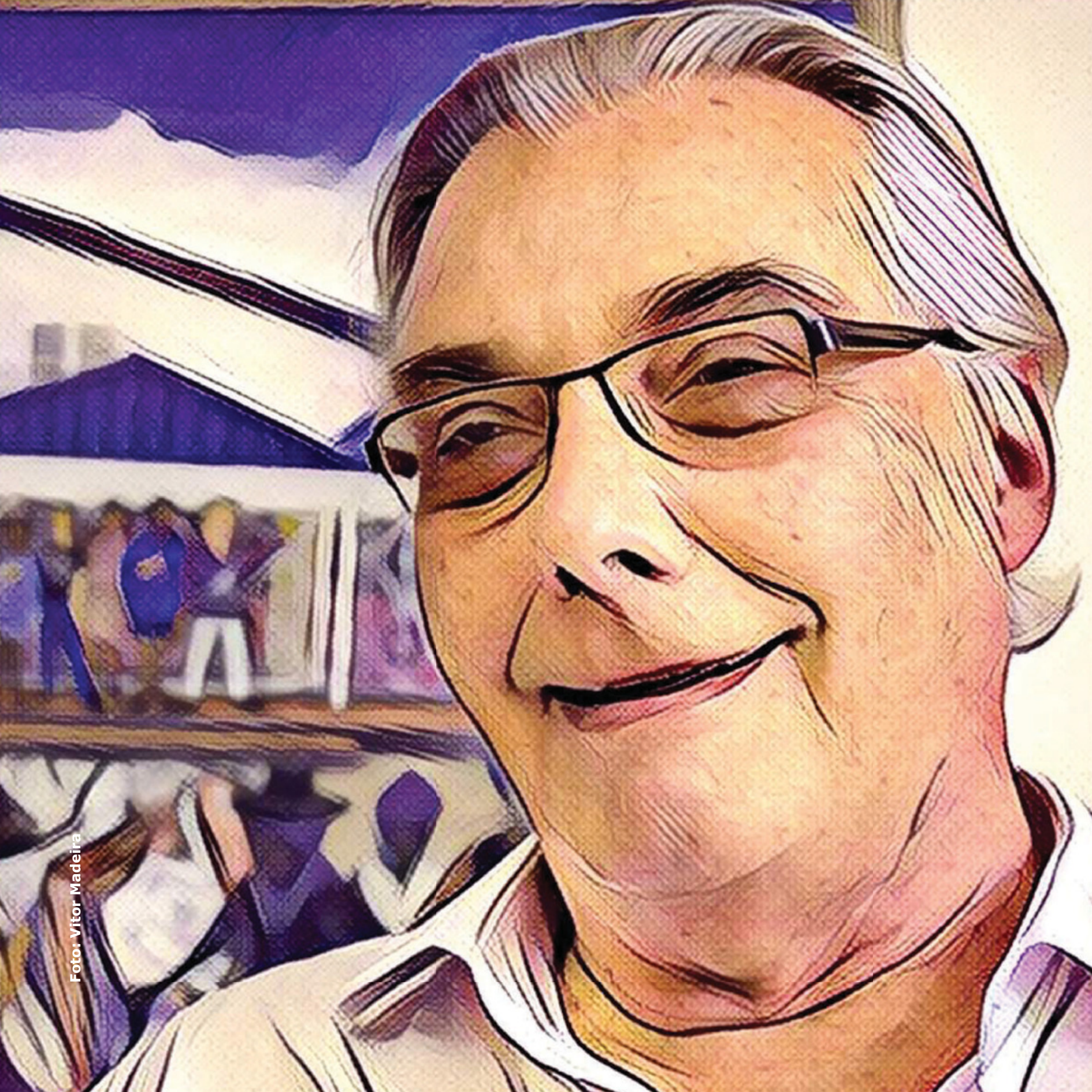
GUILHERME MURRAY

{ é atleta do Time Sou do Esporte, homenageado este ano por todas as suas conquistas. Como atleta de base, tem muito ainda o que conquistar }

PATROCINE O GUIGA!

Saiba como: soudoesporte@soudoesporte.com.br

Atleta de esgrima do Club Athletico Paulistano e da Seleção Brasileira de Esgrima. Neste ano, conquistou o pentacampeonato brasileiro de Florete, nas categorias de base. É campeão sulamericano de Espada e possui outros títulos e medalhas nos circuitos nacional e internacional. Lidera o ranking nacional Pré-Cadete e Cadete (categoria acima da sua) em Florete. Recebeu, durante os Jogos Olímpicos do Rio, a mais alta condecoração do Fair Play Esportivo, por sua atitude no Campeonato Panamericano de Esgrima, em Aruba, em que corrigiu um erro do árbitro, que lhe havia dado um ponto favorável, o que lhe custou a vitória no combate.



RUBEM CESAR FERNANDES

Diretor Executivo da ONG Viva Rio

Um refúgio no futebol

Uma das maiores afinidades entre brasileiros e haitianos é a paixão pelo futebol. Nossos ídolos são também exemplos para a juventude haitiana.

O terremoto de 2010 exigiu a intensificação dos programas do Viva Rio no país caribenho. A Academia de Futebol Pérolas Negras, que começou a ser construída dois anos antes, foi inaugurada em 2011 como uma forma de profissionalizar o futebol, estimular o talento e promover a autoestima dos jovens haitianos.

Instrutores passaram meses observando torneios informais de futebol de rua. Os jovens que mostraram potencial foram convidados para viver e treinar nas instalações de alto nível da academia. Outros atletas chegaram de todo o país. Milhares procuraram a Academia Pérolas Negras para testar o talento e a garra.

A academia está localizada em Bon Repos, nos arredores de Porto Príncipe, em uma área de 50 mil metros quadrados. Dispõe de quatro campos de futebol, piscina, espaço de ginástica e tem capacidade para acomodar 96 atletas.

Além da formação esportiva, os alunos frequentam um programa educacional que tem a língua portuguesa como uma das disciplinas oferecidas. Em uma rotina pesada de treinos, que inclui preparação física, técnica, psicológica e tática, os jovens atletas têm apoio de especialistas em fisioterapia, saúde e nutrição. A dieta alimentar é controlada, com cinco refeições diárias. Nos fins de semana, são liberados para visitar a família.

A técnica é ministrada por uma equipe de profissionais brasileiros, apaixonados por futebol, recrutados por meio de uma parceria com o programa de pós-graduação da Universidade de Viçosa, Minas Gerais. Eles aceitaram o desafio e a missão de transformar a vida dos jovens haitianos. Muitos dos atletas da academia estão nas seleções haitianas de futebol de base. Outros foram selecionados para jogar em times estrangeiros.

Este ano, a Academia de Futebol Pérolas Negras iniciou uma nova etapa. Desde fevereiro de 2016, tem um centro de treinamento em Paty do Alferes, cidade serrana situada no Vale do Café fluminense. Os jovens que chegam aos 17 anos têm a oportunidade de seguir a formação e ganhar acesso ao mercado de futebol brasileiro. A academia que nasceu no Haiti continua no Brasil. Forma as categorias de Sub-12 a Sub-16 no Haiti e traz os jovens mais talentosos para concluir sua formação na Sub-17 e na Profissional.

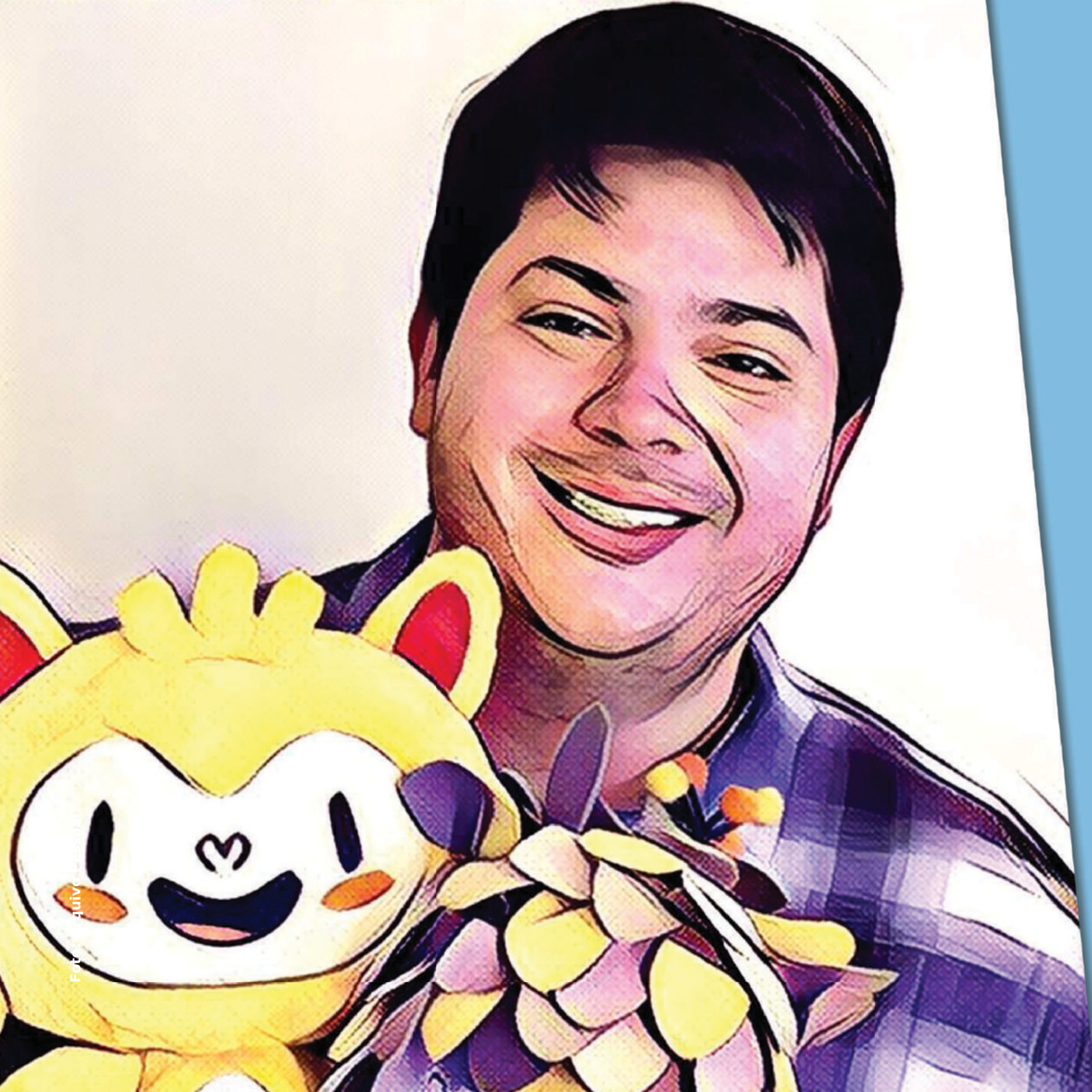
A etapa brasileira começou bem. Os Pérolas Negras foram o principal destaque de mídia na Copa São Paulo. Receberam mais de três horas de cobertura televisiva dos principais veículos de comunicação do Brasil e do exterior. No dia 11 de setembro, sagraram-se campeões na Copa Alterosa, em Minas Gerais. Os troféus de melhores técnico e de artilheiro da competição também ficaram com os Pérolas Negras.

A Academia Pérolas Negras trabalha, hoje, com 60 atletas no Haiti e 45 no Brasil, e iniciará em Paty do Alferes o treinamento da seleção haitiana na categoria Sub-17, que vai disputar as eliminatórias da Concacaf (Caribe + América Central + América do Norte) para o mundial.

Um novo horizonte começa a despontar para os atletas. A assinatura de um termo de compromisso entre o Viva Rio e a Federação de Futebol do Rio de Janeiro (Ferj) passa a considerá-los brasileiros.

Os atletas com visto de refugiados humanitários podem trabalhar no mercado futebolístico, como se fossem brasileiros. Na sequência, a academia iniciou o processo para federar os Pérolas Negras e, já no próximo ano, eles participarão do Campeonato Carioca, na terceira divisão.

Por Rubem Cesar Fernandes



THIAGO LAVINAS

Editor Executivo WEB da TV Globo

Criando público para além

Robson Conceição começou a trabalhar cedo, em Salvador, como feirante, para ajudar a família. Também foi carregador de compras, vendedor de picolé na praia, ajudante de pedreiro, ambulante em farol de trânsito. Andava nove quilômetros todos os dias para treinar, já que não tinha dinheiro para a condução. Mas nunca desistiu.

Rafaela Silva cresceu na Cidade de Deus, uma das comunidades mais violentas do Rio de Janeiro. Para fugir da criminalidade, foi apresentada ao judô por meio de um projeto social. E deu um ippon nas estatísticas.

Isaquias Queiroz cresceu em Ubaitaba, uma cidade pobre do sertão baiano. Tem nove irmãos que foram sustentados pela batalhadora mãe, Dilma. Sofreu queimaduras aos três anos de idade por causa de uma panela de água quente. Ficou quase um mês no hospital. Aos dez, caiu de uma árvore, teve hemorragia interna e brigou pela vida. Na UTI, os médicos foram obrigados a retirar um dos seus rins. Aos 22, tornou-se o maior medalhista brasileiro em uma edição das olimpíadas.

Robson, Rafaela e Isaquias, três exemplos de como o esporte pode transformar a vida das pessoas.

Muitos brasileiros só conheceram essas e muitas outras histórias durante os Jogos Olímpicos. Segundo dados do Comitê Rio 2016, 94,6% dos ingressos disponíveis foram vendidos. Isso mostra que as pessoas não queriam apenas assistir aos eventos mais tradicionais, como natação, atletismo, vôlei ou basquete. Uma das primeiras modalidades a ter os ingressos esgotados foi a ginástica rítmica. Na canoagem de velocidade, as pessoas improvisaram arquibancadas em volta da Lagoa Rodrigo de Freitas para torcer por mais uma medalha. Por 17 dias, o futebol ficou em segundo plano. Por 17 dias, o esporte olímpico ganhou os olhares e passou a ser protagonista. Foram sete medalhas de ouro, seis de prata e seis de bronze. E um 13º lugar no quadro geral. Pode parecer pouco. Mas foi intenso.

do futebol

Como não se emocionar com o choro de Serginho se despedindo da seleção de vôlei, aos 40 anos, com a medalha de ouro no peito? Ou com a imagem de Zé Roberto Guimarães, sentado sozinho no banco de reservas do Maracanãzinho, recebendo o abraço do seu neto, que não conseguia segurar as lágrimas após a derrota para a China nas quartas de final? O brasileiro viveu a olimpíada. Torceu e comemorou euforicamente as vitórias. E soube aplaudir e aceitar as derrotas, um comportamento não visto com muita frequência nos estádios de futebol.

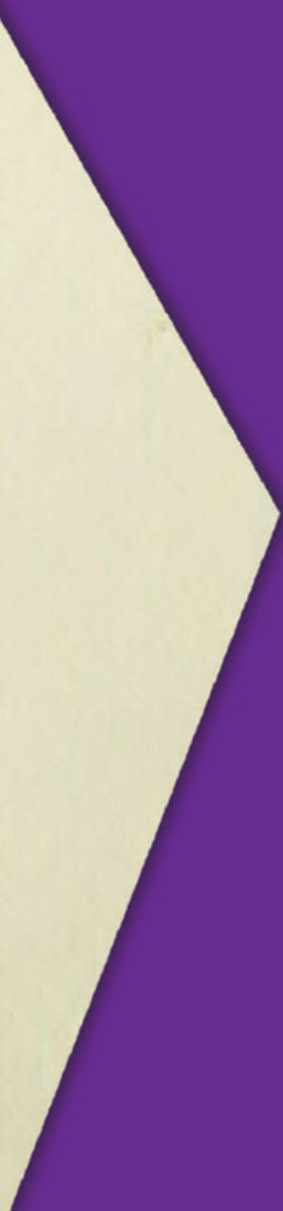
Para a mídia foi fácil virar a chave e acompanhar a onda. Os principais veículos de comunicação apostaram em uma cobertura em tempo real, com conteúdos especiais e interativos. Era uma avalanche de informações nunca antes vista. Um cardápio para todos os estilos e gostos, que atendia tanto o especialista quanto o marinheiro de primeira viagem. Passamos a entender mais diversas modalidades, a conhecer seus ídolos.

O desafio vem agora. É normal ouvir de dirigentes e atletas o discurso “é preciso investir e dar mais espaço ao esporte olímpico”. Mas trata-se de uma matemática simples. O espaço está relacionado ao interesse das pessoas em um evento. Ou a sinergia que um atleta consegue ter com o torcedor. E, no mundo digital, é fácil medir o que o público quer consumir.

A vida do brasileiro não precisa ser tão monótona. Normalmente, boas experiências mudam as pessoas, passam novas perspectivas. Podemos sair da rotina, enxergar que existe um universo emocionante também longe do futebol. E fazer os dois mundos viverem em harmonia. A Rio 2016 pode ser esse divisor de águas, o marco que vai gerar mais interesse do público em outras modalidades, em construir novos ídolos. Como não se identificar com Thiago Braz, de apenas 22 anos, dono de um ouro olímpico improvável, e a rivalidade criada com o francês Renaud Lavillenie?

O esporte olímpico não deve ser mais uma chama que se apaga junto com a pira no fim de cada edição dos jogos. Após o tsunami, ele tem um longo caminho pela frente. O horizonte pode ser animador e ajudar a mudar a realidade de quatro anos vivendo à sombra até, novamente, ganhar os holofotes por alguns dias. Passamos a ter uma política de apoio ao esporte, que pode não ser a ideal, mas é um primeiro passo. Falta, ainda, pensar na massificação. Sobra potencial. Falta explorá-lo, para que o Brasil não seja mais apenas o país do futebol.



A yellow geometric shape, resembling a stylized arrow or a corner of a square, is positioned on the left side of the image, pointing towards the right.

THIAGO MEIRELLES

Gerente de Parcerias Esportivas da TV Globo

esporte como produto

Quem trabalha na indústria de mídia e entretenimento e, claro, especificamente na indústria esportiva, está em constante questionamento sobre como conseguir atrair e reter a atenção do público consumidor, seja ele o telespectador que assiste tanto ao conteúdo esportivo como ao publicitário, seja o torcedor que está dentro de um estádio ou arena esportiva para ter a experiência presencial.

A conectividade deixou de ser uma facilitadora e virou uma necessidade, tornando a vida cada vez mais dependente dela. Acabou o ócio, criativo ou não, acabou o tédio de esperar horas em filas, pois, uma vez conectado, você tem o mundo em suas mãos e recebe um bombardeio de informações que chegam de diversas maneiras, por meio da sua rede pessoal de amigos ou pelos muitos sites, blogs e aplicativos que fazem a curadoria do que consideram mais relevante para você.

Entender os hábitos de consumo do público almejado sempre foi, e sempre será, necessário e importante para as empresas, para que possam gerar conteúdos atrativos e consigam se manter dentro dos modelos de negócio existentes. Atualmente, temos diversas telas onde os conteúdos são distribuídos e sabemos que, em grande parte do tempo, pelo menos duas estão em constante convivência quando o assunto é esporte, pois a interatividade com o conteúdo e com os amigos passou a fazer parte da maneira de se assistir a eventos esportivos – esteja o consumidor dentro do estádio/arena ou vendo pela TV, internet ou ouvindo no rádio.

Com o cenário acima – descrito de forma rasa e resumida –, as empresas de mídia foram adaptando suas formas de produzir e distribuir conteúdo, observando cada vez mais as entidades esportivas (ligas e clubes, por exemplo) e começaram a se estruturar para ser produtoras de conteúdo. Todas buscando o mesmo objetivo: a atenção do fã de esporte, independentemente do nível de engajamento. As empresas que não são de mídia, mas dependem da comunicação de seus serviços e/ou produtos, e também precisam da atenção deste fã, aumentaram os investimentos e passaram a utilizar mais o marketing esportivo como plataforma de associação de marca.

Vivenciamos, na última década, aqui no Brasil, alguns dos maiores eventos esportivos que poderiam ser organizados por um país – desde os Jogos Pan-Americanos, em 2007, passando pela Copa do Mundo de Futebol e fechando com os recentes Jogos Paralímpicos no Rio, que deixaram um legado de estádios e arenas preparados para o alto rendimento e experiência do público.

Juntando estas informações: o foco em ter a atenção do consumidor, que está cada vez mais dispersa com tantas opções de entretenimento; as empresas que estão enxergando o esporte como plataforma de comunicação; e o legado de infraestrutura esportiva que tivemos dos grandes eventos, podemos dizer que, hoje, o mercado como um todo precisa olhar para o esporte como um produto e, com isso, focar em ter uma gestão mais profissional, seja em que parte da cadeia estiver.

Na perspectiva da mídia, o esporte sempre gerou e sempre vai gerar belas histórias a serem contadas, com o jornalismo esportivo mostrando a preparação e a superação de atletas, os grandes resultados no alto rendimento e, principalmente, o esporte como uma poderosa plataforma de transformação de vidas e de pessoas. Ele é um produto poderoso, pois é capaz de gerar uma paixão difícil de mensurar em seus torcedores e de emocionar os mais diferentes perfis de público. Por uma perspectiva de negócio, ele é capaz de gerar diversos tipos de conteúdo para que as empresas, independentemente do setor, possam utilizá-lo para tentar atrair e reter a tão almejada atenção do consumidor que, nos dias atuais, tem a sensação de que está sempre perdendo alguma coisa em algum outro lugar, outra tela, outro canal.

Por Thiago Meirelles

Acompanhe o

ATLETISMO BRASILEIRO

nas Redes Sociais



/oficialcbat



@bra_atletismo



@cbat_atletismo



Acesse também

www.cbat.org.br

Foto: Wagner Carmo/CBA



Nós incentivamos os clubes na formação de atletas.



páginas verdes

Conteúdo elaborado pelas Faculdades Integradas Hélio Alonso

Confederações Olímpicas

São Paulo

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ATLETISMO
Presidente: José Antonio Martins Fernandes
R. Jorge Chammas, 310 CEP: 04016-070
cbat@cbat.org.br www.cbat.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BADMINTON
Presidente: Francisco Ferraz de Carvalho
R. Firmino Costa, 27 - Campinas CEP: 13076-625
badminton@badminton.org.br www.badminton.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BOXE
Presidente: Mauro José Da Silva
R. do Livramento, 63 - Gambôa CEP: 20221-192
mauro@cbboxe.com.br www.cbboxe.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NA NEVE
Presidente: Stefano Adolfo Prado Arnhold
R. Pequetita, 145, Cjs. 1214 04552-060
contato_cbdn@cbdn.org.br www.cbdn.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE GOLFE
Presidente: Paulo Cezar Pacheco
R. Pais de Araújo, 29, Conjunto 42 04531-090
presidencia.cbg@cbg.com.br www.cbg.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE RUGBY
CEO: Agustin Danza
Av. Nove de Julho, nº 5569 - Jardim Paulista 01407-911
office@brasilrugby.com.br www.brasilrugby.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS
Presidente: Jorge Lacerda da Rosa
Av. Rubem Berta, 1493 - Indianópolis CEP: 04074-010
cblt@cbltenis.com.br www.cbltenis.com.br

Rio de Janeiro

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASKETBALL
Presidente: Carlos Boaventura Correa Nunes
Av. - Rio Branco, 245, 16º andar 20040-009
cbb@cbb.com.br www.cbb.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS AQUÁTICOS
Presidente: Coaracy Nunes
Av. Presidente Vargas, 463, 7º andar 20071-003
tesouraria@cbda.org.br www.cbda.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESGRIMA
Presidente: Gerly dos Santos
R. Buenos Aires, 93, Sala 708 20070-021
brasilesgrima@brasilesgrima.com.br www.brasilesgrima.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HIPISMO
Presidente: Luiz Roberto Giugni
R. Sete de Setembro, 81, 3º andar 20050-005
gerente@cbh.org.br www.cbh.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HÓQUEI SOBRE GRAMA E INDOOR
Presidente: Sydinei Rocha
R. Buenos Aires, 93, Sala 1210 20070-021
sydnei@hoquei.com.br www.hoqueisobregrama.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE JUDÔ
Presidente: Paulo Wanderley Teixeira
Av. 20 de Janeiro, SN Terminal 1, 3º Piso Setor A
Ilha do Governador 21941-570
cbj@cbj.com.br www.cbj.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE LUTAS E ASSOCIADOS
Presidente: Pedro Gama Filho
R. Bom Pastor, 106 - Tijuca 20521-060
cbla@cbla.com.br www.cbla.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA PENTATLO MODERNO

Presidente: CHelio Meirelles Cardoso
R. Buenos Aires, 93, Sala 509 20070-021
pentatlo@pentatlo.org.br www.pentatlo.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE REMO

Presidente: Édson Altino Pereira Junior
R. Buenos Aires, 93, Sala 1204 22470-003
formulário no site www.remobrasil.com

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TAEKWONDO

Presidente:
Av. Embaixador Abelardo Bueno, 1, Ed. Ayrton Senna, Sala 604
CEP: 22775-040 financeiro@cbtkd.com.br www.cbtkd.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TIRO COM ARCO

Presidente: Vicente Fernando Blumenschein
Av. Ivone dos Santos Cardoso 340 - Itapeba, Maricá 24913-000
presidente@cbtarco.org.br www.cbtarco.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TIRO ESPORTIVO

Presidente: Durval Luz Balen
R. Miguel Couto, 105 - Sala 922 - Gericinó 20070-030
FORMULÁRIO NO SITE www.cbte.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS DE MESA

Presidente: Álaor Azevedo
R. Henrique de Novais, 190 - Botafogo 22281-050
cbtm@cbtm.org.br www.cbtm.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL

Presidente: Walter Pitombo Laranjeiras
Av. Salvador Allende, 6555, Rio Centro - Pavilhão 1 22783-127
imprensa@volei.org.br www.cbv.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VELA

Presidente: Marco Aurélio de Sá Ribeiro
Praça Mahatma Gandhi, 2, Grupo 1210 20021-280
cbvela@cbvela.org.br www.cbvela.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL

Presidente: Antonio Carlos Nunes De Lima
Av. - Luis Carlos Prestes, 130 22775-055
stjd@cbf.com.br www.cbf.com.br

Paraná

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CANOAGEM

Presidente: João Tomasini Schwertner
R. Monsenhor Celso, 231, 7º andar - Curitiba 80010-922
joao.tomasini@canoagem.org.br www.canoagem.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CICLISMO

Presidente: José Luiz Vasconcellos
Av. Maringá, 627, 5º andar - Londrina 86060-000
vasconcellos@cbc.esp.br www.cbc.esp.br

Espírito Santo

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TRIATHLON

Presidente: Carlos Alberto Machado Fróes
R. Henrique Laranja, 547 - Vila Velha 29123-570
presidente@cbtri.org.br www.cbtri.org.br

Sergipe

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HANDEBOL

Presidente: Manoel Luiz Oliveira
R. Monsenhor Silveira, 171 - Aracaju 49015-030
sec@brasilhandebol.com.br www.brasilhandebol.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE GINÁSTICA

Presidente: Maria Luciene Cacho Resende
Av. Dr. Edésio Vieira de Melo, 419 - Aracaju 49050-240
luciene@cbginastica.com.br www.cbginastica.com.br

Rio Grande do Sul

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NO GELO

Presidente: Emílio De Souza Strapasson
Av. Diário de Notícias, 200, Sala 707 - Porto Alegre 90810-080
presidencia.cbdg@cbd.org.br www.cbdg.org.br

Minas Gerais

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE LEVANTAMENTO DE PESO

Presidente: Enrique Montero Dias
R. Tenente Brito Melo, 1355, Sala 1101 - Belo Horizonte 30180-070
cblp@cblp.org.br www.cblp.org.br

Confederações Reconhecidas

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BEACH SOCCER

Presidente: Rodrigo Royo

R. Visconde de Ourem, 161 - Bangu - RJ CEP: 21870-120

email: secretaria@cbbs.com.br site: www.cbbs.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESQUI AQUÁTICO

Presidente: Rafael Funari Negrão

R. Padre Almeida, 565sala 61 - Cambuí - SP CEP:13025-250

site: www.cbea.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE JIU-JÍTSU

Presidente: Carlos Gracie Junior

Av. Comandante Julio de Moura, 276 CEP: 22620-012

email: cbjj@cbjj.com.br site: www.cbjj.com.br

Confederações não Olímpicas

São Paulo

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASEBALL E SOFTBALL

Presidente: Jorge Otsuka

R. Visconde de Ourem, 161 CEP: 04632-020

email: secretaria@cbbs.com.br site: www.cbbs.com.br

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VÔO A VELA

Presidente: Celso Luiz Cardoso Vilarinho

Praça Rocha Falcão, 47, Sala 1 CEP: 05115-120

email: secretaria@planadores.org.br site: www.planadores.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE PARAQUEDISMO

Presidente: Luiz Cláudio Ribeiro Santiago

Aeroporto - Municipal de Boituva, 161 - Boituva CEP: 18550-000

email: cbpq@cbpq.org.br site: www.cbpq.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MUSCULAÇÃO, FISICULTURISMO E FITNESS

Presidente: Mauricio de Arruda Campos

R. Ezequiel Freire, 55 - Sala 51 CEP:21540-005

email: secretaria@ifbbbrasil.com.br site: www.ifbbbrasil.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HÓQUEI E PATINAÇÃO

Presidente: Moacir Neuenschwander Filho

R. Itatupã 110 - Ap. 73 CEP: 5715-040

email: cbhp@cbhp.com.br site: www.cbhp.com.br

Rio de Janeiro

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMOBILISMO

Presidente: Cleyton Pinteiro R. da Glória, 290 - 8º andar - Glória

CEP: 20241-180

email: cba@cba.org.br site: www.cba.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE PESCA E DESPORTOS SUBAQUÁTICOS

Presidente: Eduardo Paim Bracony

R. Cândido Gaffree, 174 - Urca CEP: 22291-080

email: cbpds@cbpds.org.br site: www.cbpds.org.br

Ceará

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL DE SALÃO/FUTSAL

Presidente: Áécio de Borba Vasconcelos

R. Coronel Ferraz, 52, Conjunto 301302 - Fortaleza CEP: 60060-150

email: cbfs@cbfs.com.br site: www.cbfs.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE KARATE

Presidente: Luiz Carlos Cardoso do Nascimento

R. Pedro Rufino, 40, Sala A - Fortaleza CEP: 60175-100

email: karatecbk@uol.com.br site: www.karatedobrasil.com

Distrito Federal

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BOLICHE

Presidente: Guy Igliori

SEPS 705905 Bloco A Sala 517 - Brasília CEP: 7090-055

email: cbbol@cbbol.org.br site: www.cbbol.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CAPOEIRA

Presidente: Gersonilto Heleno de Souza

Quadra - SRTN, 701, Quadra 1 - Brasília

email: cbcpresidencia@gmail.com www.capoeiradobrasil.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTO UNIVERSITÁRIO

Presidente: Luciano Cabral

Quadra - SGAN, 905, Conjunto D - Brasília CEP: 70790-050

email: cbdu@cbdu.org.br site: www.cbdu.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTO ESCOLAR

Presidente: Antonio Hora Filho

SCN Quadra 01 - Ed. Central Park, Sala 108 - Brasília CEP: 70711-903

email: cbde@cbde.org.br site: www.cbde.org.br

Paraná

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE KUNG FU

Presidente: Marcus Vinicius F. Alves

R. Clevelândia, 200403 - Londrina CEP: 86060-630

email: presidente@cbkw.org.br site: www.cbkw.org.br

Espírito Santo

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE XADREZ

Presidente: Charles Moura Netto

R. - Alfredo Potratz, 355 - Santa Maria de Jetibá CEP: 29645-000

email: cbx@cbx.org.br site: www.cbx.org.br

Santa Catarina

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SQUASH

Presidente: Daniel Penna de Almeida

R. - das Acácias, 501, casa 1 - Florianópolis

email: danielpennabr@gmail.com site: www.squashbrasil.org

Bahia

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SURF

Presidente: Adalvo Argolo

Av. - Santa Luzia, 1000, Sala 105 - Salvador CEP: 40295-050

FORMULÁRIO NO SITE site: www.cbsurf.org.br

Rio Grande do Sul

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ORIENTAÇÃO

Presidente: Luiz Sergio Mendes

R. - Tenente Carrion, 7 - Santa Maria CEP: 97020-690

email: cbo_bra@uol.com.br site: www.cbo.org.br

Mato Grosso do Sul

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MOTOCICLISMO

Presidente: Firmo Henrique Alves

R. Eduardo Santos Pereira, 1755 - Campo Grande CEP: 79020-170

email: cbm@cbm.esp.br site: www.cbm.esp.br

Modalidades Paralímpicas

ATLETISMO

(61) 3031-3030

SBN Qd. 2, Lote 12, Bloco F – Edifício Via Capital, 14º andar
Brasília DF CEP: 70.040-020

BASQUETE EM CADEIRA DE RODAS

(81) 3031-3892

Av. Domingos Ferreira, nº 4023 – Sala 903 - Boa Viagem
Recife PE CEP: 51021-040

BOCHA

(21) 2220 1314

Av. Almirante Barroso, 6 salas 501, 502, 503 – Centro
Rio de Janeiro RJ CEP: 20031-000

CICLISMO

(43) 3327-3232

R. Maringá, 627 – Vitoria
Londrina – PR CEP: 86060-000

FUTEBOL DE 5

(21) 22245775

Av. Rio Branco, 120 – 411413 – Centro
Rio de Janeiro – RJ CEP: 20040-003

ESGRIMA EM CADEIRAS DE RODA

(31) 3330-9800

R. Américo Macedo, 348 - Bairro Gutierrez
Belo Horizonte CEP: 30441-078

GOALBALL

(21) 22245775

Av. Rio Branco, 120 – 411413 – Centro
Rio de Janeiro – RJ CEP: 20040-001

FUTEBOL DE 7

(21) 2220-1314

Av. Salvador Allende 6.700, sala 244 - Recreio dos Bandeirantes
Rio de Janeiro – RJ CEP: 22.780-160

HALTEROFILISMO

(61) 3031-3030

SBN Qd. 2, Lote 12, Bloco F – Edifício Via Capital, 14º andar
Brasília DF CEP: 70.040-020

HIPISMO

(21) 2277-9150

R. Sete de Setembro, 81 – Ed. Moscoso Castro, 3º andar
Rio de Janeiro - RJ CEP: 20050-005

JUDÔ

(21) 2224-5775

Av. Rio Branco, 120 – 411413 – Centro
Rio de Janeiro – RJ CEP: 20040-001

RUGBY EM CADEIRA DE RODAS

(21) 2232-7341

Av. Rio Branco, 120 – Sl. 833 – Centro
Rio de Janeiro RJ CEP: 20040-040

TÊNIS DE MESA

(21) 2579-0650

R. Henrique de Novaes, 190, Botafogo
Rio de Janeiro CEP: 22281-050

TÊNIS EM CADEIRA DE RODAS

(11) 2361 6347

Av. Rubem Berta, 1493
Indianópolis - SP CEP: 04074-01

TIRO COM ARCO

(21) 2634-8984

Av. João Clímaco de Figueiredo, 340
Itapeba, Maricá – RJ CEP: 24913-000

TIRO ESPORTIVO

(61) 3031-3030

SBN Qd. 2, Lote 12, Bloco F – Edifício Via Capital, 14º andar
Brasília - DF CEP: 70040-020

VOLEIBOL SENTADO

(11) 2275-4049

R. Afonso Celso, 1221 conj. 36 Vila Mariana
São Paulo - SP CEP: 04119-061

VELA

(21) 2421-8626

Av. das Américas, 7899, Bloco 2, Sala 209 - Barra da Tijuca
Rio de Janeiro - RJ CEP: 22793-082

TRIATLO

(27) 3319-8659

R. Castelo Branco, 2111, Jaburuba
Vila Velha-ES CEP: 29100-041

REMO

(21) 2294-0225

Av. Borges de Medeiros, 1424 - Lagoa
Rio de Janeiro- RJ CEP: 22470-003

CANOAGEM

(41) 3083-2600

R. Monsenhor Celso, 231 - 7º andar - Centro
Curitiba - PR CEP: 80010-922

NATAÇÃO

(61) 3031-3030

SBN, Quadra 2, Lote 12, Bloco F, Ed. Via Capital, 14º
Brasília- DF CEP: 70.040-020



Instituto Brasileiro de Direito Desportivo

CONHEÇA O IBDD
FILIE-SE !
www.ibdd.com.br

O **Instituto Brasileiro de Direito Desportivo - IBDD**, fundado no ano de 2001, é uma associação civil regida por seu Estatuto Social e pela legislação aplicável, tendo por finalidade estimular o desenvolvimento da pesquisa do Direito Desportivo, assim como promover e intensificar as atividades culturais ligadas ao Direito do Desporto e a seus membros filiados.

São Paulo

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA / PSICOCOLOGIA DO ESPORTE
EAD - Privada- 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ MARKETING ESPORTIVO
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ DIREITO DESPORTIVO
EAD- Privada- 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ TRABALHO DOCENTE E
EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR NO ENSINO FUNDAMENTAL
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ A PEDAGOGIA DA
CULTURA CORPORAL NA ESCOLA
EAD- Privada- 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ APRENDIZAGEM E DESEN-
VOLVIMENTO MOTOR
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ ATIVIDADE FÍSICA E
TREINAMENTO
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ ATLETISMO E MINI
ATLETISMO NA ESCOLA
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ AVALIAÇÃO FÍSICA,
POSTURAL E FUNCIONAL
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ EDUCAÇÃO FÍSICA -
JOGOS E BRINCADEIRAS
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ EDUCAÇÃO FÍSICA NA
EDUCAÇÃO INFANTIL
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ EDUCAÇÃO FÍSICA NO
ENSINO FUNDAMENTAL E MÉDIO
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ FUTEBOL E FUTSAL
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA / MUSCULAÇÃO E
QUALIDADE DE VIDA
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA / NATAÇÃO E QUALIDADES
AQUÁTICAS
EAD - Privada - 360 horas
0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br
R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA / ORGANIZAÇÃO ESPORTIVA E MARKETING

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ PERSONAL TRAINING - ATIVIDADE FÍSICA PARA IDOSOS

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ TREINAMENTO E SUPLEMENTAÇÃO

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ MARKETING E EVENTOS ESPORTIVOS

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ NUTRIÇÃO PARA DESPORTISTAS

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIVERSIDADE DO OESTE PAULISTA (UNOESTE) / TREINAMENTO FUNCIONAL NO ESPORTE E NO FITNESS

Presencial - Privada - 360 horas

0800-7715533 site: www.unoeste.br

Rodovia Raposo Tavares, km 572 - Bairro do Limoeiro
CEP 19067-175 - Presidente Prudente

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ TREINAMENTO DESPORTIVO E ESPORTES COLETIVOS

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ TREINAMENTO DESPORTIVO E ESPORTES INDIVIDUAIS

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS (PUC)/ COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EM ESPORTES

Presencial - Privada - 368 horas

19 3343-7000 site: www.puc-campinas.edu.br

Rod. D. Pedro I, km 136 - Pq. das Universidades Campinas
CEP: 13086-900

UNIVERSIDADE DE MOGI DAS CRUZES (UMC)/ BIOMECÂNICA E CONTROLE MOTOR NO ESPORTE

Presencial - Privada - 400 horas

11 4798-7068 site: www.umc.br

Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200 - Mogi das Cruzes

UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO - CIÊNCIA APLICADA AO ESPORTE

Presencial - Privada - 360 horas

0800-8892222 site: www.metodista.br/lato

R. Alfeu Tavares, 149 - Rudge Ramos, São Bernardo do Campo - SP,
CEP: 09641-000

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)/ MBA EM NEGÓCIOS DO ESPORTE

Presencial - Privada - 420 horas

11 5081-8200 site: www.espm.br/pos

R. Joaquim Távora, 1240, Vila Mariana - São Paulo

CENTRO UNIVERSITÁRIOS DAS FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS (FMU)/ NUTRIÇÃO NO ESPORTE E EXERCÍCIO

Presencial - Privada - 400 horas

11 3132-3000 site: www.fmu.br/pos

R. Taguá, 150 - Liberdade - 01508-010

UNIVERSIDADE FIAMFAAM / JORNALISMO ESPORTIVO E NEGÓCIOS DO ESPORTE

Presencial - Privada - 400 horas

(11) 3346-6200 site: www.fmu.br/pos

Av. Liberdade, 899 - Liberdade - São Paulo - SP

CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC - SANTO AMARO/ GESTÃO DO ESPORTE

Presencial - Privada - 366 Horas

(11) 5682-7300 site: <http://www.sp.senac.br/>

Av. Engenheiro Eusébio Stevaux, 823 - Santo Amaro

FUNDACE/USP / MBA GESTÃO ESPORTIVA

Presencial - Pública - 504 horas

(16) 3601-2700 / 3931-1313 site: <http://www.fundace.org.br/>

Avenida Bandeirantes, 3900 - Monte Alegre - Ribeirão Preto

Rio de Janeiro

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE/ GESTÃO DO ESPORTE

Presencial - Privada - 432 horas

47 3461-9126 site: www.univille.edu.br

R. Paulo Malschitzki, 10 - Zona Industrial Norte, Joinville

Santa Catarina - SC - CEP 89219-710

UNICESUMAR/ NUTRIÇÃO E ESPORTE

Presencial - Privada - 360 horas

44 3027-6360 www.unicesumar.edu.br

Av. Guedner, 1610 - Maringá - CEP: 87050-900

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ PSICOLOGIA DO ESPORTE

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ ATIVIDADE FÍSICA PARA GRUPOS ESPECIAIS

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ BIOMECÂNICA DA ATIVIDADE FÍSICA E DO ESPORTE

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ DIREITO DESPORTIVO

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ ESPORTE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER) / FISIOLÓGIA DO EXERCÍCIO

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ FISIOTERAPIA ESPORTIVA

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

UNIARA - UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA/ FUTEBOL E FUTSAL

EAD - Privada - 360 horas

0800-556588 site: www.uniaraonline.com.br

R. Carlos Gomes, 1338 - Centro - Araraquara - CEP 14801-340

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER) / GESTÃO DE ACADEMIAS DE GINÁSTICA

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ GESTÃO E MARKETING ESPORTIVO

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ GESTÃO PROFISSIONAL DO FUTEBOL

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ JORNALISMO ESPORTIVO

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER) NEGÓCIOS NO ESPORTE

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ NUTRIÇÃO ESPORTIVA

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS ESPORTIVOS

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ PERSONAL TRAINING

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ESPORTE

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ SAÚDE E BEM-ESTAR

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL (UNINTER)/ TREINAMENTO, TÉCNICAS E TÁTICAS ESPORTIVAS

EAD - Privada - 390 horas

0800-7020500 www.uninter.com

R. do Rosário, 147 - Centro CEP 80020-110 - Curitiba



Se você recebeu este anuário,
já conhece o poder do esporte.

Nossos ídolos e seus resultados,
você também conhece.

Agora é a vez de conhecer
o que a sintonia entre
sua marca, nossos atletas
e o grande público
pode fazer pela sua empresa

PATROCÍNIO • CAMPANHAS

PALESTRAS • CLÍNICAS • EVENTOS

www.agenciadeatletas.com.br

Santa Catarina

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA (UNISUL)/ GESTÃO DO ESPORTE

Presencial - Privada - 375 horas

0800-9707000 www.unisul.com.br

Av. José Acácio Moreira, 787, Dehon - CEP 88704-900, Tubarão

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ/ CIÊNCIAS DO ESPORTE

Presencial - Federal - 380 horas

41 3360-5334 www.prppg.ufpr.br

R. Dr. Faivre, 405 - Ed. Dom Pedro II, 1º andar - Centro

Curitiba - CEP: 80060-140

CENTRO UNIVERSITÁRIO FACVEST/ EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR

Presencial - Privada - 360 horas

49 3225-0747 www.facvestpos.com.br

R. Felipe Schmidt, 515, Edf. Pórtico, 11 andar, Centro

Florianópolis - CEP: 88010-001

Minas Gerais

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS (PUC)/ ODONTOLOGIA DO ESPORTE

Presencial - Privada - 438 horas

(31) 3319-4444 www.pucminas.com.br

Av. Dom José Gaspar, 500 - Coração Eucarístico - Belo Horizonte

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ LAZER

Presencial - Federal - 360 horas

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha

Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ PREPARAÇÃO FÍSICA E ESPORTIVA

Presencial - Federal

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha

Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ TREINAMENTO COM PESOS E SISTEMAS DE TREINAMENTO EM ACADEMIAS

Presencial - Federal

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha

Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

Rio Grande do Sul

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS (UNISINOS)/ MEDICINA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

PPresencial - Privada - 420 horas

(51) 3591 1122 www.unisinos.br

Av. Luiz Manoel Gonzaga, 744 Bairro Três Figueiras

Porto Alegre/RS CEP: 90.470-280

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUC)/ CIÊNCIA DA SAÚDE E DO ESPORTE

Presencial - Privada - 363 horas

51 3320-3727 www.educon.pucrs.br

Av. Ipiranga, 6681 Prédio 40, sala 201

Rio de Janeiro

UNIVERSIDADE VEIGA DE ALMEIDA/ FISIOTERAPIA EM TRAUMATOLOGIA E ESPORTE

Presencial - Privada - 436 horas

21 2574-8888 www.uva.br

Estrada Perynas, SN, Perynas. Cabo Frio - RJ

IBMEC/ GESTÃO E MARKETING ESPORTIVO

Presencial - Privada - 393 horas

(21) 3284-4000 <http://www.ibmec.br/>

Av. Presidente Wilson, 118 - Centro

WPÓS/ GESTÃO DO ESPORTE

EAD - Privada - 0800 604 2210

<http://wpos.com.br/pos-graduacao/curso/mba-gestao-esporte/>

Bahia

FACULDADE DOIS DE JULHO/ PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ESPORTIVA

Presencial - Privada - 360 Horas

71 3114-3400 <http://f2j.edu.br/pos-graduacao/gestao-esportiva>

Avenida Leovigildo Filgueiras, nº 81, Garcia, Salvador

Extensão

FACULDADES INTEGRADAS HÉLIO ALONSO

Curso: Técnicas de Scout Esportivo

Presencial - Privada

(21) 2102-3100

www.facha.edu.br/home

R. Muniz Barreto 51 Botafogo - RJ

ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS UNISINOS

Curso: Marketing Esportivo

Presencial - Privada

(51) 3591-1122

www.unisinos.br

Av. Unisinos, 950 - Cristo Rei - RS

ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS UNISINOS

Curso: Nutrição Esportiva

EAD - Privada

(51) 3591-1122

www.unisinos.br

Av. Unisinos, 950 - Cristo Rei - RS

ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS UNISINOS

curso: Gestão de Clubes de Futebol

Híbrido - Privada

(51) 3591-1123

<http://www.gremio.unisinos.br/>

Av. Unisinos, 950 - Cristo Rei - RS

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA

Curso: Jornalismo Esportivo

Pós-Graduação - Privada

(61) 8106-9045

www.uniceub.br/default.aspx

Asa Norte, Bloco 03, Térreo - DF

FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS

Curso: Ciências do Esporte

Presencial - Privada

(19) 3701-6654

www.fca.unicamp.br

R. Pedro Zaccaria, 1300 - SP

UNIDADE DE GESTÃO E FORMAÇÃO

Curso: Esporte Adaptado

EAD - Privada

(21) 2495-7993

www.posugf.com.br

R. Manuel Vitório, 553 - RJ

IAG PUC-RIO

Curso: Gestão de Entretenimento e Marketing no Esporte Presencial

Privada

(21) 2138 9200

institucional@iag.puc-rio.br

Rua Marquês de São Vicente, 225 - Gávea

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Curso: Gestão e Marketing Esportivo

Presencial - Privada

(11) 2114 8821

cursos.extensao@mackenzie.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ

Curso: Marketing Esportivo 3.0 - MKTES

Presencial - Federal

(21) 2562-8220/ 8221/ 8065/ 8066

dei@poli.ufrj.br

Av. Athos da Silveira Ramos, 149 - Prédio do Centro de Tecnologia

Bloco F / 1º andar • Ilha do Fundão

SENAC FRANCISCO MATARAZZO - SÃO PAULO

Curso: Marketing Esportivo: conceito, estratégias e patrocínio

Presencial - Privada

(11) 2189-2100

franciscomatarazzo@sp.senac.br

Av. Francisco Matarazzo, 249 - Barra Funda

PORTAL EDUCAÇÃO

Curso: Gestão Esportiva

EAD - Privada

11 99845 9980

Rua Sete de Setembro, 1.686 - Campo Grande - MS

FUMEC

Curso: Gestão e Negócios do Esporte Presencial

Privada

31 3228-3109

extensao.fch@fumec.br

Rua Cobre, 200 - Campus Cruzeiro - Belo Horizonte

Stricto Senso Mestrado/Doutorado

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ CIÊNCIAS DO ESPORTE

Presencial - Federal

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha
Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ ESTUDOS DO LAZER

Presencial - Federal

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha
Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)/ CIÊNCIAS DA REABILITAÇÃO

Presencial - Federal

31 3409-4040 www.eeffto.ufmg.br

Av. Pres. Antônio Carlos, 6627 Campus - Pampulha - Belo Horizonte - MG - CEP 31270-901

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)/ EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE

Presencial - Estadual

11 3091-3266 www.prpg.usp.br

R. da Reitoria, 374 - 4º andar - CEP 05508-220
Cidade Universitária - São Paulo

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS (UNICAMP)/ CIÊNCIAS DA NUTRIÇÃO E DO ESPORTE E METABOLISMO

Presencial - Estadual

19 3521-4729 www.prpg.unicamp.br

R. da Reitoria, nº 121 - Cidade Universitária - Campinas
CEP 13083-970

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (UERJ)/ CIÊNCIAS DO EXERCÍCIO E DO ESPORTE

Presencial - Estadual

21 2334-0420 www.sr2.uerj.br

R. São Francisco Xavier, 524 - 1º andar - Sala 1006 A
Maracanã - RJ, 20550-900



NEGÓCIOS ESPORTIVOS

5e27.com.br
contato@5e27.com.br
(11) 4117-6017

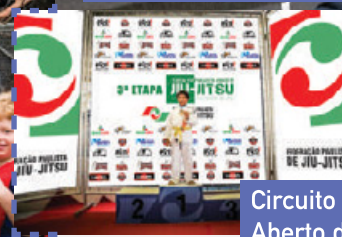
Rua Machado Bittencourt, 361 - Cj 902
04044-905 - São Paulo/SP



2º Simpósio Mulheres
na Gestão do Esporte na ESPM



Copa Diggio



Circuito Paulista
Aberto de Jiu-Jitsu

Graduação Tecnológica

Rio de Janeiro

FACULDADES INTEGRADAS HÉLIO ALONSO - FACHA/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
PRESENCIAL- PRIVADA - 2 ANOS
21 2102-3222 www.facha.edu.br
Rua Muniz Barreto, 51 - Botafogo

CENTRO UNIVERSITÁRIO MOACYR SREDER BASTOS - UNIMSB/
GESTÃO DESP. E DE LAZER (FUTEBOL)
PRIVADA- 3 ANOS
21 2413-5727 www.uniesp.edu.br/unimsb
R. Eng. Trindade, 229, Campo Grande

São Paulo

FACULDADE DRUMMOND/ FUTEBOL
PRIVADA - 2 anos
11 2942-1488 www.drummond.com.br
R. Prof. Pedreira de Freitas, 401/415, Tatuapé - São Paulo

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAPITAL - UNICAPITAL/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER (FUTEBOL)
PRIVADA - 2 anos
11 2065-1000 www.uniesp.edu.br/unicapital
R. Ibiapetuba, 130, Mooca - São Paulo

UNIVERSIDADE ANHANGUERA DE SÃO PAULO - UNIAN-SP/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
PRIVADA - 2 anos
11 4991-9800/9845/9859 www.anhanguera.com
Av. Industrial, 3330, Campestre - Santo André

Ceará

INSTITUTO FEDERAL DO CEARÁ - IFCE/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
FEDERAL - 2 anos
85 3307-3666 www.ifce.edu.br
Av. 13 de Maio, 2081, Benfica - Fortaleza

FACULDADE DE ENSINO E CULTURA DO CEARÁ - FAECE/ GESTÃO DE EMPREEND. ESPORTIVOS
PRIVADA
85 4009-3400 www.faece.edu.br
R. Caetano Ximenes Aragão, 110, Eng. Luciano Cavalcante Fortaleza
Florianópolis - CEP: 88010-001

Distrito Federal

FACULDADE EVANGÉLICA DE BRASÍLIA - FE/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
PRIVADA- 2 ANOS
61 3704-8701 www.fe.edu.br
SGAS, qd. 910, Lt. E, Asa Sul - Brasília

CENTRO UNIVERSITÁRIO PLANALTO DO DISTRITO FEDERAL - UNIPLAN/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
PRIVADA- 2 ANOS
61 3435-2200/5646 www.uniplanf.edu.br
Av. Pau Brasil, Lt. 2, Águas Claras - Brasília

Rio Grande do Sul

CASTELLI ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA - CASTELLI ESH/
GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
PRIVADA- 2 ANOS
54 3282-1460 www.castelli.edu.br
Av. Osvaldo Aranha, 994, Centro - Canela

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - IFRS/ GESTÃO DESPORTIVA E DE LAZER
FEDERAL- 3 ANOS
51 3247-8400 www.ifrs.edu.br
R. Alberto Hoffmann, 285, Restinga - Porto Alegre

Mato Grosso do Sul

FACULDADE CAMPO GRANDE - FCG/ GESTÃO DE EMPREEND. ESPORTIVOS
PRIVADA - 2 ANOS
67 3378-9000 www.icges.edu.br
Av. Afonso Pena, 275, Amambai - Campo Grande

Paraná

CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE FOZ DO IGUAÇU - CESUFOZ/
GESTÃO DE EMPREEND. ESPORTIVOS
PRIVADA - 2 ANOS
45 3520-1727 www.cesufoz.edu.br
Av. Paraná, 3695, Jardim Central - Foz do Iguaçu

Santa Catarina

INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR DA GRANDE FLORIANÓPOLIS - IES-
SC/ GESTÃO DE EMPREEND. ESPORTIVOS
PRIVADA - 2 ANOS
48 3878-2000 www.suafaculdade.com.br
Av. Salvador Di Bernardi, 503, Campinas - São José

Rio Grande do Norte

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - IFRN/ GESTÃO
DESportiva E DE LAZER
FEDERAL- 3 ANOS
84 4005-0950 portal.ifrn.edu.br
Av. Rio Branco, 743, Cidade Alta - Natal

Entidades sem fins lucrativos

Rio de Janeiro

INSTITUTO BOLA PRA FRENTE
Presidente: Jorge de Amorim Campos
(21) 3018-5858
R. Sargento Isanor de Campos, 401 - Guadalupe, RJ CEP: 21670-220
contato@bolaprafrente.org.br www.bolaprafrente.org.br

INSTITUTO REAÇÃO POLO ROCINHA
Presidente: Flávio Canto
(21) 3681-2768
R. Bertha Lutz, 84 - São Conrado CEP: 22450-290
institutoreacao@institutoreacao.org.br www.institutoreacao.org.br

INSTITUTO REAÇÃO POLO CIDADE DE DEUS
Presidente: Flávio Canto
(21) 3681-2768
Estrada do Capenha 1535 - Pechincha - Jacarépagua CEP: 22743-041
institutoreacao@institutoreacao.org.br www.institutoreacao.org.br

INSTITUTO REAÇÃO POLO PEQUENA CRUZADA
Presidente: Flávio Canto
(21) 3681-2768
R. Fonte da Saudade 204 - Lagoa CEP: 22471-210
institutoreacao@institutoreacao.org.br www.institutoreacao.org.br

INSTITUTO REAÇÃO POLO TUBIACANGA
Presidente: Flávio Canto
(21) 3681-2768
R. Oitenta e Nove, nº 55 - Tubiacanga - Ilha do Governador
CEP: 21932796 institutoreacao@institutoreacao.org.br
www.institutoreacao.org.br

INSTITUTO REAÇÃO BVO - DEODORO
Presidente: Flávio Canto
(21) 3681-2768
Estrada São Pedro de Alcântara 2020 - Vila Militar - Deodoro
CEP: 21615-435 institutoreacao@institutoreacao.org.br
www.institutoreacao.org.br

MARÉ UNIDA

Presidente: Luke Dowdney

(21) 3104-4115

R. Teixeira Ribeiro 900, Maré CEP: 21044-251

gabriela@lutapelapaz.org www.lutapelapaz.org

CRAQUE DO AMANHÃ

(21) 2514-0706

Igreja Congregacional em Arsenal Rua Clodomiro Antunes da Costa
s/n Arsenal - São Gonçalo RJ

diretoria@craquedoamanha.org www.craquedoamanha.org/

INSTITUTO DIALOGO EUROBRASIL

(21) 2533-66914

Av. Rio Branco

ideb@eurobrasil.org.br www.eurobrasil.org.br

INSTITUTO MANGUEIRA DO FUTURO

(21) 2218-5238

Rua Santos Melo

contato@mangueiradofuturo.com.br www.mangueiradofuturo.com.br

INSTITUTO SEMENTE DO ESPORTE

(21) 3281-7291

contato@sementedoesporte.org.br www.sementedoesporte.org.br

VEM SER

(21) 3416-9149

São Conrado

vemser@vemser.org.br vemser.org.br

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DESPORTO PARA DEFICIENTES

(21) 2220-1914

Av. Salvador Allende CEP: 22790-714

ande@ande.org.br www.ande.org.br

INSTITUTO RUMO NÁUTICO - PROJETO GRAEL

Presidente: Marco Antônio de Azambuja Montes

(21) 2711-9875

Av. Carlos Ermelindo Marins, 195 - Jurujuba, Niterói CEP: 24370-195

secretaria@projetograel.org.br www.projetograel.org.br

INSTITUTO REAÇÃO

Presidente: Flávio Canto

(21) 3681-2768

Rua Bertha Lutz, 84 - São Conrado Rio de Janeiro - RJ

CEP: 22450-290 institutoreacao@institutoreacao.org.br

www.institutoreacao.org.br

CENTRAL ÚNICA DE FAVELAS - CUFA

PROJETO FUTURO OLÍMPICO - CDA

Presidente: Wladimir Delphino - administrador do projeto

Av. Marechal Fontenelle, 1200 - CAMPOS DOS AFONSOS

CEP: 21.740-000 www.futuroolimpico.org.br

ROTA 5K DO FUTURO

(21) 976811808

rota5kdofuturo@gmail.com www.rota5kdofuturo.com.br

ATLETAS INTELIGENTES

Presidente: JACKIE SILVA

contato@jackiesilva.com.br

http://jackiesilva.com.br/atletas-inteligentes/

CENTRO CULTURAL ESPORTIVO AÇÃO

(21) 71049454

Rua Magalhães Gandavo - 244 CEP: 21750520

ESPORTE E CULTURA PARA CEGO

(21) 3172-0218

Av. Rio Branco, 120/708

CEP: 20040-001

urece@urece.org.br

http://urece.org.br/site/

ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO ESPORTE

Inhaúma, RJ

aaesporte@gmail.com

ONG ESPORTE SEM FRONTEIRAS

(22) 99292838

Tenente Coronel Cardoso 131 Loja 04 CEP: 28.010.801

esportesemfronteiras@ig.com.br www.esportesemfronteiras.org.br

ASSOCIAÇÃO DE AÇÃO SOCIAL ESPORTIVA AMIGOS DO ESPORTE

(21) 25964931

Rua Mario Calderaro - 401 - Casa 02 CEP: 20.735.330

ASSOCIAÇÃO PRÓ ESPORTE EDUCAÇÃO E CULTURA RAFF GIGLIO

(21) 25243355

Rua Major Toja Martinez Filho - 156 - Casa D

CEP: 22.450.270

legalizacao@patrimonii.com.br

São Paulo

ONG ESPORTE, QUALIDADE DE VIDA E INCLUSÃO SOCIAL
Av. Luiz José Sereño, 160 apto 03 bl 03 - Jardim Ermida II

ONG PARCEIROS DO ESPORTE
(11) 2070-0226
Bairro São Mateus
parceirosdoesporte@uol.com.br
www.ongparceirosdoesporte.blogspot.com.br

ONG PELO ESPORTE
Presidente: Sr. José Dioniciodemo dos Santos
(11) 2964-8137
R. Arnaldo Bonaventura, 41 - Tiradentes CEP: 08470-210
ongpeloesporte@terra.com.br www.ongpeloesporte.org.br

INSTITUTO ESPORTE EDUCAÇÃO
(11) 5579-8695
Rua Luis Gonzaga de Azevedo Neto 79 - Vila Tramontano
São Paulo - SP CEP: 05690-040
iee@esporteducacao.org.br www.esporteducacao.org.br

FUNDAÇÃO GOL DE LETRA
(11) 2206-5520
R. Antônio Simplicio, 170 - Vila Albertina
São Paulo - SP CEP: 02356-140
comunicacao@goldeletra.org.br

FUNDAÇÃO CAFU
11 5821-6786
Rua Alves de Souza. 65 - Jardim Amália - São Paulo, SP
CEP: 05890-010

ATLETAS PELO BRASIL
Presidente: Ana Moser
(11) 3037-7112 contato@atletaspelobrasil.org.br
http://atletaspelobrasil.org.br/

INSTITUTO SPORTS
Presidente: Danilo Marcelino
Morumbi
contato@institutosports.com.br www.institutosports.com.br

VELEJANDO
contato@velejando.org http://www.velejando.org/

INSTITUTO SPORTS MARKET
(51) 3239-8848
Poá
contato@institutosm.org.br http://institutosm.org.br/

INSTITUTO JANETH
Presidente: Janeth Arcain
(11) 4979-5616
Rua das Caneleiras CEP: 09090-050
secretaria@institutojaneth.com.br http://institutojaneth.com.br/

ASSOCIAÇÃO FRANCA DE VOLEIBOL
(16) 99971-0927
Rua Dr Antonio Ricardo Pinho CEP: 14400-240

INSTITUTO DO ATLETA
(11) 3887-5123
Rua Bento de Andrade
http://institudoatleta.com.br/

INSTITUTO CHUI ESPORTE
Presidente: Marco Aurélio
(16) 3026-0794
Rua dos Pracinhas 14403-160
http://chuiportes.com.br/

ASSOCIAÇÃO EQUILIBRIUM
(13) 3568-2085
Itarare CEP: 11320-180
contguedes@ig.com.br

ASSOCIAÇÃO DESPORTIVA PARA DEFICIENTES
Presidente: Eliane Miada
(11) 5011-6133
R. das Pitombeiras, 296 CEP: 04321-160
contato@add.org.br http://www.add.org.br/index.asp

ASSOCIAÇÃO JUNDIAENSE DE ESPORTES PARALIMPICOS
http://coorpy.com.br/associacao-jundiaiense-de-esportes-paraolimpicos

ADAD
Presidente: Jonathan Carvalho
(16) 3604-9900
R. Camilo de Matos, 627
contato@adad.org.br http://www.adad.org.br/

LIGA SOLIDÁRIA

Presidente: Ana Carolina Monteiro de Barros Matarazzo
(11) 3670-2911
Rua Capote Valente, 1332 - Pinheiros CEP: 05409-003
liga@ligasolidaria.org.br <http://www.ligasolidaria.org.br/>

INSTITUTO NEYMAR JUNIOR

Presidente: Nadine Gonçalves
(13) 3592-2764
AVv Min. Marcos Freire, 2112 - Jardim Glória - Praia Grande
CEP: 11724-000 contato@institutonjr.org.br
<http://www.institutoneymarjr.org.br/>

INSTITUTO CESAR CIELO

Presidente: Cesar Augusto Cielo Filho
(19) 3629 0916
Rua Monte Sião, 168 - Sta. Bárbara D'oeste CEP: 13.450-600
icc@institutocesarcielo.com.br www.institutocesarcielo.com.br

INSTITUTO THIAGO CAMILO

Presidente: Thiago Camilo
(11) 3044-4300
R. Dr. José Augusto de Souza e Silva, s/n - Jardim Parque Morumbi
CEP 05712-040
contato@institutotiagocamilo.com.br institutotiagocamilo.com.br

INSTITUTO PASSE DE MÁGICA

Presidente: Magic Paula
(19) 3377.5911
instituto@passedemagica.org.br www.passedemagica.org.br

INSTITUTO VANDERLEI CORDEIRO DE LIMA

Presidente: Vanderlei Cordeiro de Lima
www.ivcl.org.br

PROJETO SOCIAL LUTANDO PELO BEM

Presidente: Cicero Costha
(11) 98560-9445
Rua Lino Coutinho, 426, Ipiranga
cicerocostha123@gmail.com www.cicerocostha.com

ONGS - PROJETO NADANDO COM GUSTAVO BORGES

(11) 5051-8009
Rua Afonso Braz, 864 Vila Nova Conceição CEP: 4511001
metodologiagb@metodologiagb.com.br
<http://www.metodologiagb.com.br/ongs/>

FUTEBOL E CULTURA

(11) 3296 7000
Rua Lisboa, 974 CEP: 05413-001
feedback@saopaulo.goethe.org
<http://www.goethe.de/ins/br/sap/prj/fus/ptindex.htm>

ONG SOCIAL SKATE

(11) 46381798
Rua Rosa CEP: 8560150
ongsocialskate@hotmail.com

FUNDAÇÃO EPROCAD

(11) 4154 1581
Rua Pérola, 251 - Jardim Parnaíba CEP: 06501-200
eprocad@eprocad.org.br <http://www.eprocad.org.br/>

ASSOCIAÇÃO ESPORTE ABRAÇA CAMPINAS

(19) 3308-0031
Rua dos Expedicionários, 446 CEP: 13106-028
seac_campinas@terra.com.br
<http://www.esporteabracacampinas.org.br/>

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ESPORTES

(13) 3323-3530
Boulevard Othon Feliciano, 02 - Cj 136 CEP: 11060-010
marcelo@ane.org.br <http://www.anvp.com.br/>

ASSOCIAÇÃO ORGANIZAÇÃO SOCIAL ESPORTE BRASIL

(11) 50414713
Rua Barão do Triunfo - 550 CEP: 4602001
osesportebr@gmail.com

ASSOCIAÇÃO PARCEIROS DO ESPORTE

(11) 2070-0226
<http://ongparceirosdoesporte.blogspot.com.br/>

ASSOCIAÇÃO ATLÉTICA EDUCANDO PELO ESPORTE

(19) 3433.5085
Rua Benedito Bonzom Penteado, 615
www.educandopeloporte.com.br

BIKE ANJO

<http://bikeanjo.org/>

INSTITUTO ACERTE ARTE CULTURA E EDUCAÇÃO RAÍZES DE TODOS OS ESPORTES

(11) 35626583

FUNDAÇÃO JULITA
Presidente: Helcio Nosé
(11) 5853-2052
Nova do Tuparoquera, 249 CEP: 05820-200
presidencia@fundacaojulita.org.br <http://fundacaojulita.org.br/>

BR ESPORTES
11 99281 7643
Rua São José, 582
foca@bresportes.com <http://www.bresportes.com/>

INSTITUTO SÃO MARCOS DE APOIO AO ESPORTE, EDUCAÇÃO E CULTURA
11-995502180
Avenida Santa Marina - 1588 - torre 3 apto 134 CEP: 5036001
futebolfernando@hotmail.com

Minas Gerais

AREL ESPORTE CULTURA E LAZER
3432-3915
Av Barreiro Grande nº 70 - Loja 03 - Bairro Maria Goretti
CEP: 31-930-520
www.aresportes.org.br

ASSOCIAÇÃO SOCIAL E ESPORTIVA DE MG
3226-5944
R. Sapucaí - 65 - Sala 01 CEP: 30150-050
sauro@jobalcontabilidade.com.br

ACADEMIA OLÍMPICA DE ESPORTE E CULTURA
(31) 3225-7117
Rua Jaci Nogueira nº 175 CEP: 31.840-410

Santa Catarina

INSTITUTO GUGA KUERTEN
Presidente: Alice Trummel Kuerten
(48) 3331-4631
Av. Madre Benvenuta, 1168 - sala 201 - Santa Mônica
CEP: 88035-000 igk@guga.com.br <http://www.igk.org.br/>

PROJETO ESPORTIVO SOCIAL BOLA TODA
(47) 9947-4151
Rua Professor Barreiros Filho - 244 CEP: 88070350

PROJETO ESPORTE CRIANÇA - PEC
11-48163376
Rua Fortunato Mori, 63 CEP:13202456
jayro_junior@uol.com.br

ASSOCIAÇÃO DE CULTURA E ESPORTE SOCIAL
19-37313488
Rua Padre Vieira - 674 - SALA 02 CEP: 13015301
contato@redeacesso.org.br www.redeacesso.org.br

ACÇÃO - ESPORTE, CULTURA E CAPACITAÇÃO
(34) 33384555
Av. Leopoldino de Oliveira, - 4113 - sala 206 CEP: 38010100
acaomg@yahoo.com.br

INSTITUTO TRILHAR
(31) 988088210
R. Afonso Carlos Capanema CEP:30110-931
trilhar@trilhar.org.br <http://www.trilhar.org.br/v1/>

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO ESPORTE EM BOA ESPERANÇA
(35) 38512507
Rua Vereador Francisco de Souza Figueiredo - 225 CEP: 37170000
rrezende1952@hotmail.com

ASSOCIAÇÃO PIO XII DE ESPORTE AMADOR DE ESPERA FELIZ
(31) 37461494
Rua Pio XII - 184 36830000

INSTITUTO THIAGO TAVARES
Presidente: Thiago Tavares
(48) 3246-4877
contato@institutothiagotavares.org.br
www.institutothiagotavares.org.br

INSTITUTO TURISMO ESPORTE CULTURA
(47) 33453033
CEP: 88385000
www.institutoitec.com.br

Paraná

INSTITUTO FUTEBOL DE RUA
(41) 3051-6878
Rua Desembargador Motta
<http://www.futebolderua.org/>

ASSOCIAÇÃO TOLEDENSE DOS ATLETAS EM CADEIRA DE RODAS - ATACAR TOLEDO
Presidente: Oldemar Barbora e Viviane Peres
(45)3378-4822
R. Santos Dumont, 2171 - Centro, Toledo CEP: 85900-010
atacartoledo@gmail.com <http://www.atacartoledo.com.br/>

Bahia

FAZER ACONTECER
(71) 3347-8280
<http://www.institutofazeracontecer.org.br/>

CASA DE CULTURA, ESPORTE E CIDADANIA DONA JOANA
(75) 8197 - 3970
Rua Nova/SN Pataíba - Água Fria CEP: 48170-000
casa-cultura2012@bol.com.br
<http://casacescdonajoana.blogspot.com.br/>

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CULTURA E ESPORTE EDUCACIONAL
(71) 32818302
Rua Conselheiro Dantas - 22 - Sala 908 CEP: 41820020
abcee_ba@yahoo.com.br www.abcee.org.br

INSTITUTO DE ESPORTE E CULTURA DIAMANTES DA BAHIA
71-34823200
Rua Jussara - 24 CEP: 40420020

DE PEITO ABERTO
(71) 3011-0632
Shopping Boulevard - Vilas do Atlântico CEP: 42.700.00
salvador@depeitoaberto.com.br <http://depeitoaberto.com.br/>

Rio Grande do Sul

FUNDAÇÃO TÊNIS
(51)3325-1068
Av. Nova York CEP: 90550-070
ftenis@fundacaotenis.org.br <http://www.fundacaotenis.org.br/>

PROJETO SURFAR
Rua Borborema CEP: 91520-030
<http://ong.portoweb.com.br/projetosurfar/default.php>

Brasília

INAPPES
(61) 9333-5907
inappes2005@gmail.com <http://www.inappes.org.br/>

CETEFE
(13) 3323-3530
ulissesdearaujo@gmail.com <http://www.cetefe.org/>

ASSOCIAÇÃO CULTURAL DE ESPORTES E ARTES CENTRAL
(61) 33938068
Rua das Dalias - 19 - DVO CEP: 72491090
taniaaceac@gmail.com

INCLUSÃO SOCIAL PELO ESPORTE, EDUCAÇÃO, CULTURA E ATIVIDADES FINIS
St De Habitações Coletivas Norte Comercio Local Quadra 215-59
Sala 155 Bloco B Sala 113 CEP: 70874540

ORGANIZAÇÃO NACIONAL DE APOIO AO ESPORTE
61-81387171
St SHCN/CL 309 BLOCO C - 54 - SALA 217 CEP: 70755500

Goiás

ADFEGO
(62) 3202-3313
Av. Independência, 3026
adfego@adfego.com.br <http://www.adfego.org.br/>

Rio Grande do Norte

ATITUDE COOPERAÇÃO
(84) 3605-5523
Av. Capitão Mor Gouveia CEP: 59072-100
contato@atitudecooperacao.org.br
<http://www.atitudecooperacao.org.br/>

FÉ E ALEGRIA
(84) 3205-5522
Vigário Bortolomeu CEP: 59225-100
contato.rs@fealegria.org.br <http://www.fealegria.org.br/>

Ceará

PROJETO ARCA FORTALEZA
(85) 3223-4100

Caucaia
arca@arcaceara.org.br <http://www.arcafortaleza.org.br/>

ASSOCIAÇÃO CEARENSE DE ESPORTES RADICAIS ATLETAS DA LUZ
(85) 30673817
Rua Francisco Alves Ribeiro - 165 - Bloco A Ap. 104 CEP: 60865020
associacao@atletasdaluz.com.br

Mato Grosso

ESPORTES E CULTURAS ALTERNATIVAS
(67) 3023-8072
Alvorada CEP: 78048-492
karinasantiago@gmail.com

INSTITUTO DE ESPORTES E CULTURA
karinsantiago@gmail.com

Rondônia

RONDÔNIA CLUBE PARALIMPICO
Presidente: Matheus Evangelista
R. Quintino Bocaiúva, 1518

Pernambuco

LOVE FÚTBOL BRASIL
Presidente: Mano Silva
RUA REAL DA TORRE, 634, SALA 101 - Madalena CEP:50610-000
info@lovefutbol.org <http://www.lovefutbolbrasil.org/>

Pará

ASSOCIAÇÃO SOUZA FILHO DE ARTES MARCIAIS
(91) 3032-8248
Rua dos Mundurucus, 1722 - BELÉM CEP: 66035-360
asfamsouzafilho@gmail.com

Espírito Santo

CENTRO INFANTO JUVENIL PARA ESPORTES, LAZER E CULTURA - CIELC
(27) 99351919
R AMADO ALMEIDA - 224 CEP: 29780000
dr_wanderleyba@hotmail.com

DESPERTAR PARA A VIDA
(27) 3071-2144
Rua Antônio Aleixo, 288 CEP: 29045-660
<http://www.cvdvida.org.br/index.php>



E X P A N D A _ S E

TODAS AS POSSIBILIDADES DE COMUNICAÇÃO INTELIGENTE ENTRE A SUA MARCA E O SEU CONSUMIDOR.

WIDE.COM.BR | AV. DAS AMÉRICAS, 500 | BLOCO 2, 307 | (21) 3433-7711

Poder Público

MINISTÉRIO DOS ESPORTES

Responsável: Ministro do Esporte - Leonardo Carneiro Monteiro Picciani
Setor de Industrias Gráficas (SIG), Quadra 4 - lote 83 Centro Empresarial
Capital Financial Center - Brasília
(61) 3217-1800
ouvidoria@esporte.gov.br <http://www.esporte.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE DO RIO DE JANEIRO - SEELJE

Responsável: Secretário - Marco Antônio Neves Cabral
Avenida Presidente Vargas, nº 409 - 21º andar - Centro - Rio de Janeiro - Rio de Janeiro
(21) 2333-3652
gabinete@esportelazerejuventude.rj.gov.br
<http://www.rj.gov.br/web/seelje>

SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE DE SÃO PAULO - SELJ-SP

Responsável: Secretário - Paulo Gustavo Maiurino
Praça Antônio Prado, 09 - Centro - São Paulo - São Paulo
(11) 3241-5822
faleconosco@selj.sp.gov.br <http://www.selj.sp.gov.br/>

SECRETARIA DE ESPORTES E DA JUVENTUDE DE MINAS GERAIS - SEESP

Responsável: Secretário - Carlos Henrique Alves da Silva
Rodovia Papa João Paulo II, 4143 - Prédio Minas - 8º andar
Bairro Serra Verde - Belo Horizonte
(31) 3915-0105
secretario@esportes.mg.gov.br <http://www.esportes.mg.gov.br/>

SECRETARIA DE ESPORTES E LAZER DO ESPÍRITO SANTO - SESPORT

Responsável: Secretário - Wallace Nascimento Valente
Rua Coronel Schwab Filho s/nº - Bento Ferreira - Vitória - Espírito Santo
(27) 3636-7000
assessoria.sesport@gmail.com <http://sesport.es.gov.br/>

SECRETARIA DE TURISMO, ESPORTE E LAZER DO RIO GRANDE DO SUL - SETELRS

Responsável: Secretário - Vitor Hugo
Av. Borges de Medeiros, 1501 - 10º andar - Porto Alegre
Rio Grande do Sul
(51) 3288-5400
gabinete@setel.rs.gov.br <http://www.setel.rs.gov.br/>

SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO DO PARANÁ

Responsável: Secretário - Douglas Fabricio
Rua Pastor Manoel Virgínio de Souza, 1020 - Capão da Imbuía
Curitiba - Paraná
(41) 3361-7700
douglasfabricio@seet.pr.gov.br <http://www.esporte.pr.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE DE SANTA CATARINA

Responsável: Secretário - Filipe Mello
Rua Eduardo Gonçalves D'Ávila, 303 - Bairro Itacorubi
Florianópolis - Santa Catarina
(48) 3665-7400
<http://www.sol.sc.gov.br/>

SECRETARIA ADJUNTA DE ESPORTE E LAZER DE BRASÍLIA

Responsável: Secretária - Leila Barros
Estádio Nacional Mané Garrincha - Brasília - Distrito Federal
(61) 3214-2824
gabinete.seldf@gmail.com <http://www.esporte.df.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTE E LAZER DO MATO GROSSO - SEEL

Responsável: Secretário Adjunto - Pedro Luiz Sinohara
Av. Agrícola Paes de Barros, S/N - Verdão, Cuiabá - Mato Grosso
(65) 3613-4900
pedrosinohara@secel.mt.gov.br <http://www.esportes.mt.gov.br/>

SUPERINTENDÊNCIA EXECUTIVA DE ESPORTE E LAZER DE GOIÁS - SEDUCE

Responsável: Superintendente - Isvami Vieira Júnior
Avenida José Fuedd Sebba, nº 1.170, Jardim Goiás,
Estádio Serra Dourada, Ala Norte - Goiânia - Goiás
(62) 3201-6069
presidencia@agel.goias.gov.br <http://www.agel.goias.gov.br/>

SECRETARIA ESTADUAL DOS ESPORTES, DA CULTURA E DO LAZER DE RONDÔNIA - SECEL

Responsável: Superintendente - Ilmar Souza
Palácio Rio Madeira - Av. Farquar, 2986 - Bairro Pedrinhas
Porto Velho, Rondônia
(69) 3216-5131
secelro@gmail.com <http://www.rondonia.ro.gov.br/secel/>

SECRETARIA DE ESTADO DA JUVENTUDE, DESPORTO E LAZER DO AMAZONAS - SEJEL

Responsável: Secretário - Fabrício Silva Lima
Av. Pedro Teixeira, 400, D. Pedro I, Manaus - Amazonas
(92) 3657-6853
sejel@sejel.am.gov.br <http://www.sejel.am.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DO ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE DO TOCANTINS - SEELJ

Responsável: Secretário - Salim Milhomem
Praça Girassóis s/n, Bairro Plano Diretor Norte - Palmas - Tocantins
(63) 3218-4688
subgabsec@seelj.to.gov.br <http://esporte.to.gov.br/>

SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER DO PARÁ - SEEL

Responsável: Secretário - Renilsi Nicodemos
Rodovia Augusto Montenegro, km 3, S/N, Manguirão - Belém - Pará
(91) 3201-2300
gabinetesee@gmail.com <http://www.seel.pa.gov.br/>

SECRETARIA DO ESPORTE, LAZER E JUVENTUDE DE ALAGOAS - SELAJ

Av. Siqueira Campos, s/n, Estádio Rei Pelé, 3º andar - Maceió - Alagoas
(82) 3315-2802
esporteestadual@gmail.com <http://selaj.tempsite.ws/>

SECRETARIA DO ESPORTE DO CEARÁ

Responsável: Secretário - José Jeová Solto Mota
Av. Alberto Craveiro, 2775 - Castelão - Fortaleza - Ceará
(85) 3101-4418
jeova.mota@esporte.ce.gov.br <http://www.esporte.ce.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DO ESPORTE E LAZER DO MARANHÃO - SEDEL

Responsável: Secretário - Márcio Batalha Jardim
Travessa Guaxenduba, n. 100 Outeiro da Cruz
Complexo Esportivo Canhotreiro - São Luís - Maranhão
(98) 2109-5930
ouvidoria@stc.ma.gov.br <http://www.sedel.ma.gov.br>

SECRETARIA DE ESTADO DA JUVENTUDE, ESPORTE E LAZER DA PARAÍBA - SEJEL

Responsável: Secretário - Bruno Figueiredo Roberto
Av. São Rafael, 567 - Castelo Branco - João Pessoa - Paraíba
(86) 3211-8742 <http://paraiba.pb.gov.br/juventude-esporte-e-lazer/>

SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER DO RIO GRANDE DO NORTE - SEEL

Responsável: Secretário - Francisco Canindé de França
Rua Militão Chaves, 2049, Candelária - Natal - Rio Grande do Norte
(84) 3232-1028
seel@rn.gov.br <http://www.seel.rn.gov.br/>

SECRETARIA DE TURISMO, ESPORTES E LAZER DE PERNAMBUCO

Responsável: Secretário - Felipe Carreras
Avenida Professor Andrade Bezerra, s/n, Salgadinho
Olinda - Pernambuco
(81) 3182.8355 ouvidoria@setur.pe.gov.br
<http://www.pe.gov.br/secretarias/secretaria-de-turismo-esportes-e-lazer/>

SECRETARIA DO TRABALHO, EMPREGO, RENDA E ESPORTE DA BAHIA - SETRE

Responsável: Secretário - José Alvaro Fonseca Gomes
Av. Luís Viana Filho, 2ª Avenida, Plataforma III, nº200, CAB
Salvador - Bahia
(71) 3115-3396 alvaro.gomes@setre.ba.gov.br
<http://www.setre.ba.gov.br/>

SECRETARIA DE ESTADO DE ESDUAÇÃO E ESPORTE DO ACRE - SEE

Responsável: Secretário - Marco Antônio Brandão Lopes
Rua Rio Grande do Sul, Nº 1907 - Volta Seca - Rio Branco - Acre
(68) 3213-2300
gabinete.see@ac.gov.br <http://www.esporte.ac.gov.br>

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO E DESPORTOS DE RORAIMA - SEED

Responsável: Secretário - Emanuel Alves de Moura
Rua Barão do Rio Branco, 1495, Centro - Boa Vista - Roraima
(95) 3621-3801 ascom@rr.gov.br

SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO E GESTÃO ESTRATÉGICA DO MATO GROSSO DO SUL

Responsável: Secretário - Eduardo Riedel eduardo.riedel@ms.gov.br Parque dos Poderes - Bloco VIII - Campo Grande - Mato Grosso do Sul
(67) 3323-7201/7204 <http://www.fundesporte.ms.gov.br/>

SUPERINTENDÊNCIA DE DESPORTOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - SUDERJ

Responsável: Presidente - Leonardo da Silva Moraes
Avenida Presidente Vargas, nº 409 - 21º andar - Centro - Rio de Janeiro, RJ
(21) 2333-3645 e (21) 2333-3692
suderj.presidencia@gmail.com <http://www.rj.gov.br/web/seelje>

Para uma boa leitura!

Lemyr Martins	A saga dos Fittipaldi
Anderson Silva	Anderson Silva: O relato de um campeão nos ringues e na vida
Katia Rubio	Atletas Olímpicos Brasileiros
Christopher Hilton	Ayrton Senna: Uma lenda a toda velocidade
Casagrande & Gilvan Ribeiro	Casagrande e seus demônios
Wagner Sarmento	Com as próprias mãos - Popó
Franklin Foer	Como o futebol explica o mundo
Bill Buford	Entre os Vândalos
Ruy Castro	Estrela Solitária : Um brasileiro chamado Garrincha
Nick Hornby	Febre de Bola
Tulio Brandão	Gabriel Medina
Luiz Paulo Montes	Giba Neles!
Autobiografia	Guga, um brasileiro
Antônio Carlos Preira e	João Derly: A vitória vem dos céus -
Rodrigo Koch	A trajetória do brasileiro campeão mundial de judô
Ernesto Rodrigues	Jogo Duro: João Havelange
Eduardo Ohata	Lars Graell: Um líder para os nossos tempos
CONFEF/ Ministério do Esporte	Legados de Mega Eventos Esportivos
Laurete Godoy	Os Olímpicos- Heróis e Jogos Modernos
Rafael de Marco	Matador de Dragões
Vyv Simson e Andrew Jennings	Os Senhores dos Anéis
Elias Awad	Oscar Schmidt: 14 motivos para viver, vencer e ser feliz
Autobiografia	Pelé - minha vida em imagens
Maurício Noriega	Rivellino
Tom Cardoso	Sócrates
Vitor Belfort	Vito Belfort: Lições de garra, fé e sucesso



TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA

A MARCA "SOU DO ESPORTE" significa o indivíduo que agrega **VALOR** para uma sociedade em que o **ESPORTE É DEMOCRÁTICO**. O **"ESPORTE"** significa o **GRUPO** do qual este indivíduo é parte **INDISPENSÁVEL**. Os **LAÇOS** buscam abraçar o **INDIVÍDUO** e o grupo dentro do **PAÍS** (os laços tem a cor do **BRASIL**) mostrando o **ACESSO AO ESPORTE** em todos os estados brasileiros, (representados pelas estrelas da bandeira), **MULTIPLICANDO** seu poder de atuação em todo o país. **POR ISSO, AS ESTRELAS "VÃO AO VENTO", SEM LIMITES DO IMPACTO DO ESPORTE.**

contato: soudoesporte@soudoesporte.com.br