



TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA



O QUE É?

A Sou do Esporte é uma associação sem fins lucrativos que promove ações para o desenvolvimento do esporte brasileiro.



PILARES DE ATUAÇÃO

FORMAÇÃO DE ATLETAS:

ATUAR EM CONJUNTO COM AS INSTITUIÇÕES
ESPORTIVAS PARA FORTALECER
A NOVA GERAÇÃO DE ATLETAS

GESTÃO ESPORTIVA:

OFERECER CONTEÚDO QUALIFICADO
PARA POTENCIALIZAR
A GESTÃO DO ESPORTE NO BRASIL

DESENVOLVIMENTO SOCIAL:

MASSIFICAR O ESPORTE
EM COMUNIDADES

MEIO AMBIENTE:

PROMOVER A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE
POR MEIO DO ESPORTE

GOVERNANÇA:

ATUAR PELA TRANSPARÊNCIA
NO ESPORTE

CAUSA:
DESENVOLVER
A CULTURA
ESPORTIVA
NO BRASIL.

DIARIAMENTE,
ENTRAMOS EM AÇÃO
PROMOVENDO:

EducAÇÃO

ValorizAÇÃO

CapacitAÇÃO

ModernizAÇÃO

Nalbert Bitencourt

Desde 2015, unindo pessoas
que transformam, voluntariamente,
o Brasil em uma nação esportiva.



VOLUNTÁRIOS

Paula Sattamini

Bruno Rosostolato

Ana Rosa Lemos

Thalita Knupp

Luiz Augusto Brum

Gabriel Taamy



Esporte, porque, além de ser apaixonado e viver o esporte 24 horas por dia, acredito que ele tem o poder de transformar vidas e uma sociedade por inteiro.”

Alexandre Corrêa
Jornalista



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque acredito no poder do esporte como ferramenta de desenvolvimento da sociedade e do País.”

Bruno Rosostolato
Responsabilidade Social



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque acredito que é possível construir uma nação com os verdadeiros valores do esporte.”

Carlos Gama
E-sports



“Eu sou voluntária da Sou do Esporte, porque acredito que o esporte pode mudar o mundo.”

Carol Ghorayeb
Geral



“Sou voluntária da Sou do Esporte, porque gosto de interagir com as pessoas e quero muito trocar experiências e aprender com toda a equipe..”

Cátia Simão
Responsabilidade Social



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque acredito no poder transformador do esporte na nossa sociedade e, além disso, por eu ter total sinergia com a missão e os valores que caracterizam essa instituição que tanto faz para o desenvolvimento esportivo do nosso país. ”

Felipe Dias
Avaliação de Impacto



“Sou voluntária da Sou do Esporte, porque, assim como Nelson Mandela, acredito que o esporte tem o poder de mudar o mundo.”

Giovana Romano
Lei de Incentivo



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque acredito no potencial de transformação da sociedade por meio do esporte, e a SDE possui isso como missão, em seu DNA, nos projetos que realiza!”

Hugo Mosca
Acadêmico



“Porque quero contribuir com um projeto em que acredito, trocar experiências com pessoas do bem e aprender a cada dia que, juntos, podemos fazer a diferença. Ser voluntária é retribuir tudo que recebi trabalhando com o social.”

Luciana Rocha
Administrativo



“Sou voluntário da Sou do Esporte porque o esporte, além de ser uma ferramenta potente e revolucionária, é seção fundamental na minha vida. Poder trabalhar com isso é uma grande realização pessoal. ”

Pedro Alves Jr.
Jornalista



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque acredito na sua causa e no esporte como um fator para o desenvolvimento humano.”

Pedro Serrano
PMO



“Sou voluntário da Sou do Esporte, porque os projetos são assertivos e supernecessários ao esporte do Brasil.”

Renato D´Avila
Desenvolvimento Esportivo



“Sou apaixonado pelos esportes, acredito que, por meio deles, realizam-se o desenvolvimento, a transformação social e o entretenimento.”

Rodolfo Salgado
Comercial

VOLUNTÁRIOS



FICHA TÉCNICA

Anuário Sou do Esporte
2ª edição
2022

Editora e jornalista responsável
Fabiana Bentes
MTB 24.100/RJ

Páginas Verdes – Conteúdo de responsabilidade da
Associação Brasileira de Gestão do Esporte
(Abragesp)

Projeto gráfico e diagramação
Alexandre Muner

Manipulação de imagens (capas internas)
Denis Antonio Marinho

Revisão ortográfica
On/Off Comunicação

Efeitos visuais
Prisma – Aplicativo

Sou do Esporte
www.soudoesporte.org

Todos os direitos reservados.
É proibida a reprodução, total ou parcial, deste
livro e de seu conteúdo, sem a prévia autorização
de seus autores e da Sou do Esporte.

SUMÁRIO

9	Voluntários
16	Dedicatória – Seu Amaro
20	Prêmio Sou do Esporte
23	Fabiana Bentes – União e inspiração
27	Luis Barros e Luiz Haas – A evolução da governança nas entidades olímpicas
37	Especial SDE – Ana Miragaya – Maria Lenk: a primeira heroína olímpica do Brasil era professora de educação física
49	Adriana Behar – Novo desafio fora das quadras por um voleibol mais sustentável, transparente e inclusivo
53	Alamiro Velludo e André Ramos – Assédio no esporte e sua previsão legal
57	Arialdo Boscolo – A força e a importância dos clubes para o Brasil
61	Arlem Lima – O agenciamento de atletas de basquete no Brasil e no mundo
65	Bianca Gama Pena – A importância da memória do esporte brasileiro, em face à inovação do eMuseu do Esporte
69	Carlos Favoreto – Esporte e meio ambiente: prática sustentável no Campo Olímpico de Golfe
75	Carol Ghorayeb – A experiência dos fãs
79	Cesar Grafietti – A economia do esporte no Brasil

83	Daniel Dias – O legado de um atleta e das Paralimpíadas
89	Danilo Garcia e Felipe Filomeno – Fisioterapia esportiva
93	Eduardo Galetti – UFC: seguir crescendo
97	Eduardo Musa – A gestão do skate institucional no Brasil
101	Erich Beting – A pandemia ressignifica o esporte no cotidiano
105	Erinaldo Chagas – O paradesporto e suas oportunidades de negócio
109	Fabiana Beltrame – Dez anos de campeã mundial e o remo no Brasil
115	Fabyola Rodrigues e Rodrigo Damázio – O direito de imagem: repercussões jurídicas
119	Fernando Mezzadri – O Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva e o desenvolvimento científico
123	Fernando Patara – Tendências tecnológicas no esporte
127	Franco Silva – A importância das federações estaduais
131	Georgios Stylianos – A importância do esporte na escola
135	Isabel Swan – Mulher no esporte
149	Ivan Martinho – A onda dourada que vem do outro lado do mundo

145	Joaquim Monteiro – Bicentenário da independência: oportunidade para celebrar a brasilidade
149	João Campos Ferreira Filho – A contribuição do desporto militar para o Brasil
155	José Antonio Westphalen – Sports vision: a busca do atleta perfeito. Uma nova perspectiva dentro da medicina esportiva
159	Kallel Brandão – O esporte universitário no Brasil
163	Leandro Mazzei – Formação acadêmica em gestão esportiva no Brasil
167	Lukas Walter – Regionalização é crucial para amadurecer e democratizar o mercado gamer nacional
171	Luisa Parente – #JOGOLIMPO: a política universal no esporte
175	Luiz Augusto Brum – Gestão de instalações esportivas
181	Manoela Penna – O COB como plataforma de marketing para a iniciativa privada
185	Marcia Casz – Rio Open, a história de um evento com alma
191	Marcia Cintra – Lições de Tóquio 2020
195	Mariana Miné – Yaras e o rugby como plataforma de empoderamento feminino
199	Marina Tranchitella – A essência da gestão de estádios
203	Marta Gomes – Valores no esporte e projetos sociais

207	Mauro Silva – Gestão com propósito
211	Mizael Conrado – Resultado e inclusão: mudança na lógica do esporte paralímpico
215	Nabil Ghorayeb – A cardiologia do esporte foi criada por acaso
219	Paulo Germano Maciel – O papel dos clubes formadores de atletas no esporte brasileiro
225	Paulo Wanderley – O caminho até a melhor campanha na história dos Jogos Olímpicos
229	Pedro Daniel e Gustavo Hazan – A legislação do clube-empresa e seus benefícios para o futebol brasileiro
233	René Simões – O futebol que eu quero
237	Ricardo Chantilly e William Reis – O metaverso da favela
243	Ricardo Trade – Gestão do esporte no Brasil
247	Rodrigo Vicentini – A NBA não existe sem os seus fãs
251	Sami Arap – Ética e governança no esporte
255	Thabata Telles – Psicologia do esporte no Brasil
259	Waldo Souza - Precisamos explorar o potencial dos eSports para inclusão social
263	Páginas verdes
294	Para uma boa leitura

DEDICATÓRIA



Dedico este anuário ao senhor Amaro Domingues, líder comunitário e fundador da Vila Olímpica da Maré, no Complexo da Maré, no Rio de Janeiro. Ele faleceu em 2021, em decorrência de um câncer, aos 88 anos. Embora muito debilitado, ele continuava visitando a Vila. Acompanhei o senhor Amaro até seus últimos momentos. Recebi dele o pedido de cuidar da Vila Olímpica da Maré. Sem pretensão alguma, continuo nessa missão, honrando tudo o que ele fez e ajudando voluntariamente no que me é possível. No texto abaixo, escrito em 2017, relato a sua grandiosidade. Desde que parei de trabalhar oficialmente no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), no projeto de legado olímpico e da Copa do Mundo, não tive coragem de sair da Maré. Senhor Amaro me deixou sequelas de amor pela comunidade e, mesmo depois de sua passagem, sigo atuando por essa favela. Este livro é dedicado a ele, que ganhou o primeiro prêmio ‘Sou do Esporte Solidário’, em reconhecimento àqueles que dedicam sua trajetória para transformar vidas por meio do esporte.

A realidade é outra, tudo é adverso. A casa onde mora, a comida que come, o sistema de saúde que oferecem, a roupa que veste, a violência iminente, a educação formal que não teve e a bondade, a mais adversa de todas, num ambiente tão cruel. Poderia se tornar mau por conviver num lugar assim para sobreviver; mas escolheu ser bondoso. Bondade que, nem de longe, quer dizer fraqueza...

A bondade que ele projeta em si e para os outros é a sua verdadeira força.

Líder comunitário de uma das favelas mais violentas do Rio de Janeiro, o Complexo da Maré, ele é mediador de conflitos. Mas não são conflitos de vaidade, de promoção no emprego ou de aumento salarial - estes fariam cócegas na sua percepção. O que ele media é o conflito entre a vida e a morte.

Seu Amaro da Maré tem 83 anos.

Nem a idade consegue parar este senhor. Fundou a Vila Olímpica da Maré, a primeira do Rio de Janeiro, que serviu de modelo para as 22 seguintes. Com um projeto no papel, debaixo do braço, foi dizer ao então Ministro Edson Arantes do Nascimento, o Rei Pelé, que ali tinha de se fazer alguma coisa - e fez.

A Vila atende entre três a cinco mil pessoas por dia, desde crianças e jovens a adultos e idosos, e não há uma vírgula para falar sobre sua administração e governança! Senhor Amaro é cidadão honorário do Rio de Janeiro, mas sua grandeza transcende a cidade e o país. Príncipe Charles, quando veio ao Rio, quis conhecer seu trabalho.

Senhor Amaro ensina a viver diariamente, diz que transformar amor em ódio é fácil, difícil mesmo é transformar ódio em amor. E ele é o verdadeiro mago transformador do ódio em amor. Recuperou presos, mediou facções violentas disputando o mesmo território. ‘Barril de pólvora é a Maré’, dizem por aí. Mas ele transforma pólvora em diálogo.

Visionário, disse e fez, fundou a Vila e tem transformado a vida de seus frequentadores diariamente. Crianças e jovens de locais onde estão ‘todas as facções’, convivem e compartilham seus valores. Optam por outros caminhos, que não o do tráfico. Optam pela legalidade. Se existe uma pessoa que eu admiro, é ele. Seu Amaro da Maré. Assim mesmo: Seu. Porque ele é nosso. Essência do Brasil.

Seu Amaro, muito obrigada por tudo. Pelos ensinamentos, pela honra de conviver com o senhor e pela incrível pessoa que sempre foi na liderança do Complexo da Maré, por meio da Vila Olímpica.

FABIANA
Bentes

The background of the entire image features silhouettes of five athletes in various running poses, moving from left to right. They are set against a vibrant sunset sky with large, glowing clouds. The athletes are rendered in dark silhouettes, with some showing highlights on their clothing. The overall mood is energetic and inspiring.

NOSSO LEMA:

O esporte inspira para uma transformação social, equilibra para um bem-estar comum, enobrece para uma cidadania positiva e enche de orgulho uma nação.

NOSSA MISSÃO:

Transformar o Brasil em uma nação esportiva.

NOSSOS VALORES:

Ética, transparência, trabalho em equipe e responsabilidade com si próprio e com terceiros.



PRÊMIO SOU DO ESPORTE

DESDE 2015

O ÚNICO PRÊMIO da América Latina que envolve modalidades olímpicas, paralímpicas, não olímpicas e que valoriza a governança das entidades esportivas.





FABIANA *Bentes*

Presidente da Sou do Esporte

UNIÃO E INSPIRAÇÃO

Nos últimos seis anos à frente da Sou do Esporte (SDE), consegui absorver todo e qualquer tipo de informação dos bastidores do esporte no Brasil. A rede de relacionamento da SDE me permitiu navegar em grande parte dos ambientes esportivos e entender com profundidade quais são as fortalezas e as vulnerabilidades que fazem o esporte do nosso país. E a palavra de ordem que, acredito, resume este percurso esportivo é união, ou melhor, a falta dela.

Não temos uma política pública que perceba o esporte como valor imensurável de cidadania, economia, saúde e educação para criar uma ação integrada entre as esferas federal, estadual e municipal. Não temos atuações que facilitem estados e municípios a promoverem competições de modalidades distintas, não temos ações em conjunto que discutam o esporte na escola, não há investimento relevante para o desenvolvimento do esporte em comunidades, não há uma rede integrada de descoberta de talentos, não há um intercâmbio de atletas, árbitros e treinadores como forma de elevar o nível do esporte no País. Não há um entendimento de que, além da relevância do esporte na transformação social, há um motor econômico desperdiçado que o esporte é capaz de gerar. Nós nos enclausuramos em bolhas e só defendemos o que aquela modalidade em questão necessita, e a curto prazo.

A SDE, por meio de suas atividades e do Prêmio Sou do Esporte, busca essa união. Com o prêmio, integramos todas as modalidades: olímpicas, paralímpicas e não olímpicas. Fazemos questão de colocar no mesmo ambiente todos que lutam ou representam um melhor esporte para o Brasil. Além de ser o único prêmio do País que une todas as modalidades, é também o único na América Latina que premia as entidades olímpicas que buscam uma melhor governança em suas instituições.

Não titubeamos, por mais que os investimentos sejam escassos, em dar o recado de que precisamos unir forças para alavancar o esporte no País. Acreditamos fortemente que estamos no caminho certo. Penso que o que resume o esporte é a INSPIRAÇÃO. O maior valor que podemos deixar para as futuras gerações é termos atletas, gestores, treinadores, dirigentes que dão exemplo em suas condutas e são orgulho para o Brasil.

Agradeço aos voluntários, colaboradores e empresas por nos ajudarem a transformar o Brasil em uma nação esportiva.

Desfrute desta união de profissionais que estão neste livro e inspire-se a trilhar o caminho do esporte com a gente!
Vamos juntos!

FABIANA
Bentes

VAMOS FALAR DE GOVERNANÇA?





LUIS e Barros LUIZ Haas

Luis Barros, diretor de governança da Sou do Esporte
Luiz Haas, governança Sou do Esporte & professor da
Universidade Europeia (Lisboa)

a evolução da governança nas entidades olímpicas

Já não podemos dizer que o movimento para melhorar a governança das organizações do esporte seja um fenômeno recente no contexto internacional. Já se passaram mais de 20 anos desde que o escândalo nos Jogos Olímpicos de Salt Lake acendeu as luzes de alerta do Comitê Olímpico Internacional (COI) para temas ligados à integridade. Como resposta às pressões externas que pediam mudanças no Movimento Olímpico, o COI lançou, em 2008, o documento “Basic Universal Principles of Good Governance of the Olympic and Sports Movement” (COI, 2008). Este guia, elaborado especialmente para os comitês olímpicos nacionais e federações internacionais, apresentava propostas para adoção de boas práticas de governança, sustentadas em princípios como transparência, prestação de contas, democracia, autonomia, respeito e ética. O fortalecimento da governança voltou a ser destaque em 2014, quando o COI lançou a Agenda 2020, que tinha como objetivos dar uma orientação estratégica para o Movimento Olímpico, salvaguardar os Jogos Olímpicos e fortalecer a relação do esporte com a sociedade.

Pouco tempo depois, outros casos de corrupção em importantes federações internacionais, nomeadamente Federação Internacional de Futebol (Fifa) e Federação Internacional de Atletismo (Iaaf), reforçaram que o futuro do sistema esportivo passava pelo desenvolvimento da governança nas organizações que fazem parte desse ambiente. A resposta a esses casos passa pelo lançamento de um novo documento, desta vez proposto pela Associação das Federações Internacionais dos Jogos Olímpicos de Verão (Asoif). O guia “Key Governance Principles and Basic Indicators” (ASOIF, 2016) admitia a percepção de falta de transparência, de procedimentos democráticos e de controle sobre os altos valores financeiros que o esporte passou a gerar com os eventos. Como forma de lidar com esse cenário, sugeria-se um debate dentro do movimento esportivo internacional, nos assuntos ligados a democracia e representatividade dos stakeholders, transparência, composição dos órgãos internos, processos dentro dos grandes eventos e combate ao doping e à manipulação de resultados.

Esse movimento em prol da boa governança nas organizações do esporte avançou paralelamente para os contextos nacionais. Alguns países foram pioneiros no desenvolvimento de ações governamentais que incentivaram a adoção de boas práticas de governança nas federações nacionais. São exemplos destes países: a Austrália (“National sporting organisations governance: principles of best practices”, 2002); a Nova Zelândia (“Nine steps to effective governance: building high performing organisations”, 2004); e o Reino Unido (“Good governance guide for national governing bodies”, 2004). No contexto brasileiro, o primeiro sinal de mudança surgiu em 2013, com a alteração da Lei Pelé (Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998), mais especificamente a partir da aprovação do artigo 18-A, que previa a necessidade das organizações

do Sistema Nacional do Desporto de cumprirem alguns requisitos legais para receber recursos públicos. Esses requisitos seguiam propostas já debatidas no contexto internacional, que estavam ligadas à democracia (limitação de mandatos e representatividade), transparência (publicação de documentos internos), prestação de contas (aprovação de contas com autonomia do Conselho Fiscal e existência de mecanismos de controle social).

É neste contexto que a Sou do Esporte lançou, em 2015, uma iniciativa inédita na área da promoção das práticas de boa governança no esporte. O Prêmio Sou do Esporte de Governança trouxe ao ambiente esportivo brasileiro uma nova influência, que partia do ambiente externo das confederações. O objetivo inicial era claro: reconhecer e valorizar as confederações pertencentes ao Movimento Olímpico com melhores resultados na adoção de boas práticas de governança, por meio de uma avaliação independente. Para que a avaliação fosse minuciosa e justa, uma equipe de consultores elaborou um instrumento de medida, composto por cinco dimensões (transparência, equidade, prestação de contas, integridade institucional e modernidade), usando como base muitos dos documentos publicados anteriormente. A versão inicial da matriz de análise era composta por 105 indicadores, passou para 111 na segunda edição do Prêmio, 135 no terceiro ano e 156 na sua última versão. Essa variação no número de indicadores resultou da constante pesquisa na literatura internacional sobre a governança no esporte, realizada pelos consultores.

O Prêmio Sou do Esporte chamou a atenção da Play the Game, uma iniciativa do Instituto Dinamarquês de Estudos do Esporte (Idan), que visa elevar os padrões éticos do esporte e promover a democracia, a transparência e a liberdade de expressão no esporte mundial. Em 2016, fomos convidados para participar do projeto National Sports Governance Observer, que contava com pesquisadores de oito países europeus. Ainda dentro dessas parcerias institucionais, a Sou do Esporte também uniu forças com o projeto Inteligência Esportiva, promovido pela Universidade Federal do Paraná, e contribuiu para a disseminação de todo o seu conhecimento para o governo federal, naquela época representado pelo Ministério do Esporte. Essas duas parcerias permitiram que a Sou do Esporte apresentasse os resultados do Prêmio em eventos que uniam a comunidade internacional.

A realização das cinco edições do Prêmio Sou do Esporte permitiu a coleta de dados sobre o desenvolvimento da adoção de boas práticas de governança nas confederações. A partir de agora, compartilhamos algumas das percepções e das análises que foram realizadas nos últimos anos. Resultados consolidados dos cinco anos de análises da Sou do Esporte:

VETOR TRANSPARÊNCIA

	Média Geral e por Indicador - ano a ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Média Geral	4,3	4,4	4,4	4,8	5,2
Publicação de Documentos Financeiros	5,9	6,0	6,5	7,5	7,8
Convocações e Editais	5,9	5,5	5,9	3,6	4,8
Controles Internos	6,6	5,2	6,7	4,9	5,3
Acesso a Informação e Arquivos	3,2	3,8	3,8	4,5	4,8

Amplitude / Desvio Padrão - Ano a Ano									
2015		2016		2017		2018		2019	
Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin
7,5	2,1	7,8	2,6	7,5	2,5	8,2	2,7	8,4	2,7
Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude	
5,4		5,2		5,0		5,5		5,7	
Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão	
1,6		1,9		1,5		1,8		1,7	

A frequência das notas médias e do desvio-padrão, em um cenário em que a nota máxima é de 10 pontos, indicam uma homogeneidade das entidades em padrão abaixo das expectativas, para um vetor amplamente normatizado pela legislação. Pela amplitude das notas, sempre acima de 5 pontos, percebe-se que há grande diferença nas práticas de transparência adotadas pelas entidades, apesar de as leis e obrigações serem iguais para todos.

A diminuição na amplitude das notas apresentadas nos três primeiros anos de análise demonstrou uma maior preocupação em adotar práticas de transparência, porém, o aumento da amplitude, identificado nos últimos dois anos do estudo, pode indicar que muitas entidades ou pararam de evoluir ou simplesmente abandonaram práticas adotadas anteriormente.

Sendo o vetor transparência o mais relevante para a governança, tendo em vista que é por meio dele que se consegue identificar e comprovar a existência e aplicação dos demais princípios, e sendo a nota máxima possível 10 pontos, pode-se considerar que as entidades brasileiras ainda têm muito a evoluir na adoção de ferramentas de transparência.

VETOR EQUIDADE

	Média Geral e por Indicador - ano a ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Média Geral	6,2	6,2	5,4	5,4	5,8
Um associado = um voto	6,6	5,8	4,5	5,0	5,1
Regras de votação e Registro de Associados	6,1	6,2	6,7	6,1	6,3
Conflitos de Interesse nas AGO/AGE	8,4	7,7	4,8	4,6	5,2
Processo Eleitoral	5,3	5,7	5,3	5,5	6,3
Distribuições de Projetos	3,4	4,8	7,4	6,0	6,7

Amplitude / Desvio Padrão - Ano a Ano									
2015		2016		2017		2018		2019	
Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin
9,1	5	8,4	4,6	8,1	4,4	7,9	3,8	9,2	3,8
Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude	
4,1		3,8		3,7		4,1		5,4	
Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão	
2,3		2,2		1,4		1,6		1,9	

No comparativo das notas médias e do desvio-padrão, percebe-se homogeneidade das entidades, em um nível aceitável de aproveitamento, apesar da grande diferença na cultura interna de cada modalidade, que impacta diretamente a aplicação dos princípios do vetor.

Pela amplitude relativamente baixa entre as maiores e menores notas, percebe-se que as entidades brasileiras adotam princípios parecidos de equidade, o que pode indicar uma cultura estabelecida nas entidades brasileiras no tratamento a seus associados. A diminuição no desvio-padrão demonstra que um maior número de entidades passou a adotar melhores práticas de equidade, porém, não há indicativos de que as entidades vêm aprimorando as práticas que historicamente já eram utilizadas. Identificou-se uma melhora consistente nos processos eleitorais, que passaram a ser regulamentados na legislação brasileira e na forma como as entidades distribuem seus recursos entre os associados, sugerindo a necessidade de uma análise mais detalhada se não se trata de causa e efeito: melhora no processo de acesso ao poder, resultando em melhora do tratamento a todos os associados.

VETOR PRESTAÇÃO DE CONTAS

	Média Geral e por Indicador - ano a ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Média Geral	5,2	5,2	4,3	4,5	5,1
Formato de Aprovação	6,7	5,3	6,4	4,0	4,1
Auditorias	7,8	7,9	7,6	7,1	7,4
Demonstrativos	4,0	7,0	4,9	3,7	5,0
Atuação do Conselho Fiscal	5,5	5,1	3,5	5,2	5,6
Controles Internos	3,4	3,1	2,3	2,6	3,1

Amplitude / Desvio Padrão - Ano a Ano									
2015		2016		2017		2018		2019	
Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin
9,2	3,1	8	2,5	7,8	2,8	8,1	2,9	8,1	2,9
Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude	
6,1		5,5		5,0		5,2		5,2	
Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão	
2,5		2,2		1,5		1,5		1,5	

Por ser o vetor mais abarcado pelo arcabouço legislativo brasileiro, e sendo a nota máxima possível 10, podemos considerar a média geral do vetor baixa e, apesar de grandes mudanças nas diretrizes legais nos últimos anos, mostrou pouca evolução no período analisado.

A grande amplitude identificada entre as notas máximas e mínimas demonstra que há grande disparidade nas práticas adotadas pelas entidades, mesmo sendo as normativas legais iguais para todos.

É o vetor em que as notas máximas e mínimas mostraram a menor variação, dando mais um indicativo de que foi o vetor que passou pela menor evolução, desde o início dos estudos. De forma simples, pode-se dizer que: quem sempre fez continua fazendo igual e quem fazia pouco continua agindo da mesma forma.

A constância no desvio-padrão, apresentada nos últimos três anos, também confirma a pouca mudança nas ações das entidades.

VETOR INTEGRIDADE INSTITUCIONAL

	Média Geral e por Indicador - ano a ano				
	2015	2016	2017	2018	2019
Média Geral	2,0	3,6	4,5	5,3	5,0
Relacionamento com Stakeholders	0,6	3,2	4,4	4,2	3,6
Código de Conduta	1,0	4,0	4,4	6,6	6,5
Práticas Anti Corrupção	1,5	3,1	4,8	7,1	7,0
Sustentabilidade de Projetos	2,8	4,6	6,1	5,7	4,9
Dimensão Economica	4,0	3,4	2,3	3,9	4,0

Amplitude / Desvio Padrão - Ano a Ano									
2015		2016		2017		2018		2019	
Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin
5,9	0,0	7,6	1	7,4	3,2	8,6	2,9	7,1	2,9
Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude	
5,9		6,6		4,2		5,7		4,2	
Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão	
1,5		2,0		1,6		1,8		1,7	

A média geral do vetor integridade institucional demonstrou consistente melhora no período da análise, o que pode sugerir uma maior preocupação das entidades no relacionamento com seus principais stakeholders externos. A diminuição da amplitude entre as notas máximas e mínimas se dá, principalmente, pelo aumento das notas mínimas, o que demonstra que o grupo de entidades que pouco se preocupava com seus relacionamentos externos passou a agir de forma diferente, porém, também demonstra pouca evolução das entidades que já faziam alguma coisa, percebida pela constância nas notas máximas.

Apesar da clara evolução nas notas médias do vetor, as médias gerais continuam baixas, demonstrando que existe um grande espaço para a evolução no relacionamento das entidades junto a seus stakeholders externos e, principalmente, na busca de um melhor posicionamento junto ao mercado.

VETOR MODERNIZAÇÃO

Média Geral e por Indicador - ano a ano					
	2015	2016	2017	2018	2019
Média Geral	1,3	1,5	1,2	2,6	2,8
Separação Político/Insitucional do Executivo	2,2	3,2	2,8	4,1	4,9
Conselho de Admnistração	0,8	1,0	1,0	3,0	3,0
Atribuições do Conselho Consultivo	2,6	1,8	1,1	0,7	0,5
Remuneração dos Gestores	0,8	0,9	0,8	1,3	1,9

Amplitude / Desvio Padrão - Ano a Ano									
2015		2016		2017		2018		2019	
Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin	Nmax	Nmin
7,4	0,2	7,0	0,3	6,7	0,3	7,4	0,4	6,8	1,0
Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude		Amplitude	
7,2		6,7		6,4		7,0		5,8	
Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão		Desvio Padrão	
1,5		1,6		1,4		2,3		2,0	

Das médias gerais apresentadas, as do vetor modernização são as mais baixas do estudo e as que menos evoluíram no período. Este fato pode ser explicado por ser o vetor menos abarcado pela legislação brasileira, portanto, a adoção de seus preceitos deve ser voluntária por parte dos dirigentes.

Mesmo sem ser uma obrigação legal, percebeu-se uma constante evolução nas médias gerais, o que pode significar uma mudança na cultura interna das entidades e uma percepção de que a adoção voluntária de alguns preceitos de governança é importante para a sustentabilidade das entidades.

A grande amplitude entre as notas máximas e mínimas demonstra uma grande diferença na percepção do corpo diretivo das entidades, da necessidade de se modernizar o arcabouço constitutivo e normativo delas e da adoção de práticas mais modernas de gestão.

CONCLUSÕES

A simples comparação de notas obtidas durante os anos de análise pode gerar distorções, tendo em vista que a matriz de análise foi aprimorada ano após ano. Assim, para poder entender as mudanças apresentadas, conceitos estatísticos foram utilizados pela equipe do estudo, visando equalizar a análise dos diversos resultados.

Como pode ser visto nas tabelas, de maneira geral, o aumento das notas mínimas e a diminuição do desvio-padrão em alguns vetores demonstram que o grupo de análise está mais homogêneo, o que pode sugerir que mais entidades estão se engajando na melhora de sua governança.

A afirmação acima pode ser corroborada também pela diminuição na amplitude das notas em alguns vetores, porém, este fato também aponta uma outra situação. As notas mínimas estão subindo, mas as notas máximas demonstram estar estagnadas, o que pode indicar que as entidades estão envidando poucos esforços para continuar se aprimorando e se contentaram em apenas atender à legislação.

O constante aumento na média geral do vetor modernização é um importante indicador de adoção voluntária e não obrigatória por lei, de melhora dos documentos normativos das entidades e pode significar uma mudança de cultura interna. A continuidade das análises poderá comprovar, ou não, esta percepção.

Em relação ao Prêmio Sou do Esporte de Governança, hoje, pode-se afirmar que a percepção inicial de que o reconhecimento pode ser mais produtivo do que a simples punição se demonstrou correta e, se aprimorada, pode apresentar resultados ainda mais substanciais para o futuro do esporte brasileiro. O posicionamento adotado, de valorizar os que fazem mais, ao invés de criticar os que não fazem, trouxe credibilidade ao processo, criou uma saudável competição entre as entidades pelo reconhecimento e vem gerando, ano a ano, mesmo que lentamente, uma melhora na gestão das entidades.

LUIS
Barros

LUIZ
Haas

especial sde

MARIA LENK

A primeira heroína olímpica
do Brasil era professora
de educação física



ana
Miragaya

Professora da Faculdade de Educação Física
da Universidade Estácio - Campus Petrópolis

MARIA LENK: A PRIMEIRA HEROÍNA OLÍMPICA DO BRASIL ERA PROFESSORA DE EDUCAÇÃO FÍSICA

Quando estreou em competições de natação, em 1930, aos 15 anos de idade, com sua primeira vitória, Maria Lenk não imaginava o quão longe iria e o quanto representaria para as meninas e mulheres do Brasil, em termos de modelo e inspiração às práticas esportivas, em especial a natação. Ela foi, na realidade, a nossa primeira heroína olímpica, com seu pioneirismo e seus valores, que a levaram a ser a primeira atleta sul-americana a competir numa edição dos Jogos Olímpicos, em 1932, em Los Angeles, nos Estados Unidos. E não ficou por aí: nossa atleta maior construiu duas carreiras brilhantes na natação brasileira: como atleta de alto rendimento, de 1930 a 1942; e como atleta máster, de 1980 até 2007, quando veio a falecer.

Mas a vida de Maria Lenk no esporte não ficou restrita às competições de natação, aos recordes que ela quebrou em 1939, de 200 metros e 400 metros no nado peito, à sua participação ativa nos Jogos Olímpicos de 1936, em Berlim, e nem aos muitos campeonatos de natação no Brasil e no exterior, em que se saiu vencedora e quebrou mais recordes. Apaixonada pelo esporte desde cedo, pela influência direta de sua família alemã, especialmente de seu pai, Paulo Lenk, que valorizava os exercícios físicos e, com eles, os valores dessa prática, Maria começou no esporte muito cedo, por problemas de saúde, nadando no rio Tietê, em São Paulo, seu estado natal.

Depois que retornou dos Jogos Olímpicos de Los Angeles, estava decidida, como ela mesma declarou em seu livro autobiográfico, “Braçadas e Abraços” (1982), a fazer carreira em educação física. E foi o que fez! Quando foi aberto o primeiro curso civil de educação física na Escola Superior de Educação Física, hoje, Escola de Educação Física e Desportos da Universidade de São Paulo (USP), em março de 1934, nossa recordista mundial fez a inscrição e lá estudou durante dois anos. Formou-se professora aos 21 anos de idade.

Como professora, da mesma forma como ocorreu com a sensacional nadadora competitiva de elite, Maria Lenk também foi um colosso, sendo pioneira em quase tudo que fez em sua extensa carreira acadêmica, abrindo caminho para as mulheres no magistério como exemplo vivo e fonte de inspiração por seus valores e princípios, com dedicação e excelência no que fazia.

Após realizar vários cursos na Alemanha, ao término dos Jogos de 1936, no seu retorno ao Brasil, logo depois da transferência de seu técnico, Carlos de Campos Sobrinho, do Clube de Regatas Tietê para o Minas Tênis Clube, Maria deu uma parada temporária nos treinamentos, passando a se dedicar ao magistério, como professora de educação física no ginásio estadual da cidade de Amparo (SP), para onde fora designada.

No entanto, não ficou lá por muito tempo. Com sua bela história de vitórias, foi chamada para ajudar na fundação da Escola Nacional de Educação Física e Desportos (ENEFD) da Universidade do Brasil (hoje, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ), em 17 de abril de 1939.

Em seguida, foi nomeada professora catedrática pelo presidente da República, Getúlio Vargas, profissão que passou a exercer quando encerrou com vitória sua carreira de nadadora de alto rendimento, nos Estados Unidos, em 15 de janeiro de 1942, no seu aniversário de 27 anos. No estado de Massachusetts, no Springfield College, fez cursos na área de educação física, provavelmente para aperfeiçoamento técnico e científico, pois ela sabia que isso poderia fazer diferença para sua carreira acadêmica, uma vez que esses títulos lhe seriam importantes. Naquele mesmo ano ainda publicou dois livros: “Natação” e “Organização da Educação Física e do Desporto”, obras seminais à época, no âmbito esportivo.





No primeiro livro, Maria Lenk incluiu uma pesquisa, levantando dados de biomecânica (cinesiologia) na natação, abordagem pioneira e histórica. O segundo livro representou um embrião da atual gestão do esporte, cujas abordagens operacionais em detalhes da organização de jogos e competições nortearam, nas três décadas seguintes, a disciplina de organização esportiva, que era, então, oferecida nas faculdades de educação física do País. Posteriormente, publicou mais dois livros: “Natação Olímpica”, em 1966, e “Longevidade e Esporte”, em 2003, além do terceiro já mencionado.

Na ENEFD, Maria Lenk foi professora do curso de Medicina Aplicada à Educação Física e aos Desportos (1951), ministrando a Cadeira XIV, Desportos Aquáticos Femininos, catedrática; depois, titular de Desportos Aquáticos Femininos. Como chefe da natação feminina, a professora catedrática Maria Lenk desenvolveu toda a metodologia da disciplina de natação feminina e escreveu o material de trabalho da técnica de natação.

Em toda a sua carreira acadêmica, Maria Lenk utilizou o inglês e o alemão, línguas de seus pais, para se aprofundar em pesquisas, transformando-se numa leitora assídua de trabalhos científicos do exterior que a levaram a dar um rumo

novo para a educação física brasileira: sair de uma posição de dependência dos trabalhos que vinham do exterior para a autonomia, ou seja, para a educação física produzir suas próprias pesquisas e envolver os alunos nesse processo, tornando todos produtores do conhecimento. Com isso, Maria se tornou a primeira professora de educação física cientista do esporte no Brasil, pesquisadora pioneira na promoção das ciências do esporte. Ela promovia o treinamento esportivo pelo viés científico, uma das vertentes dos seus estudos de natação e dos esportes em geral, desde os anos inaugurais da ENEFD, imprimindo sempre o sentido internacionalista em suas propostas acadêmicas.

Com sua ênfase em pesquisa, inovação e tecnologia, propondo novas metodologias a serem incluídas no ensino de educação física, e seu ativismo em prol da educação, do esporte, da gestão pública e das ciências, a cientista Maria Lenk incentivava o uso de equipamentos tecnológicos para exercícios físicos, conforme constatado em capítulo de sua autoria, publicado no livro coletivo “Introdução à Moderna Ciência do Treinamento Desportivo” (DaCosta, L., Editor), publicado em 1968. Maria Lenk foi também proponente pioneira do balé aquático, hoje, nado artístico, e da hidroginástica, em 1943, quando organizou a primeira demonstração desse esporte no Brasil, durante o I Congresso Pan-Americano de Educação Física, realizado no Rio de Janeiro, com a participação de suas alunas da ENEFD.

A tecnologia e a inovação sempre fizeram parte da vida dessa incansável e valorosa professora que, mesmo depois de sua aposentadoria, continuou nadando e participou de competições de másters em natação, em cinco faixas etárias (70-74 a 90-94), conquistando 37 recordes mundiais da Federação Internacional de Natação (Fina). Para seu treinamento nos Estados Unidos, onde morava por seis meses ao ano, utilizava uma piscina pequena, na qual construiu um dispositivo com elásticos que colocava na cintura e fixava na borda, de forma a criar resistência ao deslocamento aquático. Assim, ela podia nadar horas sem sair do lugar, aperfeiçoando sua técnica e sua pesquisa.

A professora Maria Lenk foi também tradutora de artigos e livros de educação física, intérprete de personalidades da educação física e do esporte que estiveram no Brasil para congressos e palestras, especialmente quando foi designada como representante do governo federal (DEF-MEC) junto ao Acordo Brasil-Alemanha (1963-1983), que trouxe 80 especialistas daquele país, em dez anos, para consolidar as ciências do esporte.

Essa inusitada, e até então desconhecida, aliança entre Brasil e Alemanha ganhou prestígio pelo seu porte na área esportiva e da educação física e coincidiu com outros avanços no País, entre 1974 e 1982, como: a criação do Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte (CBCE), a multiplicação dos laboratórios, o aumento no número de faculdades de educação física, os primeiros mestrados de educação física, os sistemas de informação bibliográfica e a expansão dos periódicos técnico-científicos.



NOSSA PRIMEIRA HEROÍNA OLÍMPICA, EDUCADORA, CIENTISTA E INOVADORA

Nossa primeira cientista do esporte foi diretora de departamento da ENEFD e, em seguida, a primeira professora de educação física a dirigir a Escola de Educação Física e Desportos da Universidade Federal do Rio de Janeiro (1968-1972), novo nome dado à Universidade do Brasil, a partir de 1965. Uma das primeiras medidas da nova

diretora foi a transferência da escola da Urca para a ilha do Fundão. Na época, ela também participou da implantação do currículo mínimo da educação física nas universidades, a partir de 1969, com a Resolução 69/69. Foi também na gestão dela, como diretora da Escola de Educação Física, no mesmo ano, que o Decreto-Lei 705/69 (duração de 1972 a 1991) tornava obrigatória a prática de educação física em todos os níveis de escolaridade, inclusive nas universidades, ou seja, todos os alunos de outras faculdades tinham que, obrigatoriamente, fazer dois semestres de educação física. Depois que cumpriu os quatro anos de sua administração, Maria Lenk voltou a assumir sua posição de professora titular, vindo a se aposentar em 1979, aos 64 anos de idade. Porém, mesmo aposentada, não se recusava a participar de eventos e convites para palestras. Em 1990, foi homenageada com o título de “Professora Emérita de Educação Física da UFRJ”, por sua notável e ilustre carreira como professora e gestora.

Nossa professora pioneira de educação física foi também a primeira mulher dirigente do Conselho Nacional de Desportos (CND), do Comitê Olímpico do Brasil (COB), da Federação Internacional de Natação (Fina), da Confederação Brasileira de Natação (CBN – hoje, Confederação Brasileira de Desportos Aquáticos – CBDA) e cofundadora da Associação Brasileira de Masters da Natação (ABMN), homenageada duas vezes no *International Swimming Hall of Fame*, na Flórida, como nadadora pioneira e como nadadora máster. Maria Lenk também dá nome ao parque aquático do centro de treinamento do COB. Nossa primeira heroína olímpica, educadora, cientista e inovadora, marcou indelevelmente, com seus valores, sua trajetória e conquistas, não só a história do esporte, mas do esporte feminino, desde os seus primórdios no Brasil, e também a história da educação física feminina.

Maria Lenk sempre foi uma pessoa íntegra, profissional de excelência, dona de uma extensa rede de amizades, pois apreciava muito o trabalho em equipe. Sua trajetória no esporte e na vida acadêmica era guiada por exemplos e objetivos que ela mesma se propunha a alcançar, por meio da persistência e da autodisciplina, como ela própria sempre declarava.

A CCJ da Câmara dos Deputados aprovou o Projeto de Lei 1743/19 declarando Maria Lenk patrona da natação brasileira. “A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) da Câmara dos Deputados aprovou o Projeto de Lei 1743/19, que declara Maria Lenk patrona da natação brasileira. Maria Lenk (1915-2007) é considerada a maior nadadora brasileira de todos os tempos. Foi a primeira nadadora brasileira a estabelecer um recorde mundial e é considerada pioneira da natação moderna. A proposta, do deputado Chico D’Angelo (PDT-RJ), foi aprovada por recomendação do relator, deputado Pompeo de Mattos (PDT-RS)”. Fonte: Agência Câmara de Notícias.

Fonte: MIRAGAYA, A. (Org.) **Maria Lenk: atleta, educadora e cientista; a primeira heroína olímpica do Brasil**. Rio de Janeiro: eMuseu do Esporte, 2021. Disponível em < www.emuseudoesporte.com.br >; < www.confef.org.br > e < www.sportsinbrazil.com.br >.

ana
Miragaya

Com educação, a gente vai muito além do pódio. **Estácio. Patrocinadora dos atletas e do seu futuro.**

A Estácio é a instituição de ensino que mais investe no esporte brasileiro. Nos últimos 15 anos, investimos mais de R\$ 200 milhões como ferramenta de transformação social. Mais do que isso, disponibilizamos mais de 1.700 bolsas de estudos para ajudar na formação e transição de carreiras desses atletas. Foram mais de 50 alunos que representaram o Brasil nos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Tóquio e alunos do curso de Gastronomia que cuidaram da refeição dos atletas do Time Brasil.

Entendemos que o esporte quando associado à educação, promove transformações individuais e coletivas duradouras. Essa é a nossa essência.



Aluna Jennyfer M. Parinos,
paratleta de Tênis de Mesa
e aluna de Nutrição.



institut
YDUQS



ADRIANA
Behar

Diretora-executiva da Confederação Brasileira de Voleibol (CBV)

NOVO DESAFIO FORA DAS QUADRAS POR UM VOLEIBOL MAIS SUSTENTÁVEL, TRANSPARENTE E INCLUSIVO

Como atleta, vivi todas as emoções que uma carreira esportiva pode proporcionar, medalhas olímpicas, títulos mundiais. A trajetória foi imensamente feliz, mas nem por isso fácil, como na etapa seguinte. Trilhei o caminho da transição para a vida além das quadras, identificando e aproveitando oportunidades, com esforço e dedicação. O objetivo sempre foi usar minha experiência e conhecimento em prol de um ambiente esportivo mais profissional, sustentável, transparente, organizado. Hoje, à frente da Confederação Brasileira de Voleibol (CBV), como a primeira atleta a ocupar o posto de diretora-executiva, essas continuam sendo as metas.

Neste novo desafio, trabalho para pavimentar uma estrada mais tranquila às novas gerações de atletas e gestores, que permita mais mulheres em posições de liderança e com a qual nossos craques tenham opções de preparação para brilhar também após deixarem as quadras. Uma referência de que é possível administrar de forma ética e profissional.

O voleibol brasileiro está entre os melhores do mundo dentro das quadras. O desafio é melhorar ainda mais o desempenho fora delas. Nossa visão de gestão é baseada em padrões de governança e ética. Queremos que importantes valores sejam um compromisso de todos os que integram o ecossistema do voleibol.

Buscamos a **excelência** no desenvolvimento técnico e na pesquisa esportiva, incluindo saúde física e mental. **Integridade** na governança, com análise de riscos, transparência e gestão de consequências. **Resiliência** que traz otimismo, autocontrole, capacidade de superar as adversidades e os desafios. E a diversidade, fundamental para sermos ativos no combate a qualquer tipo de preconceito social, racial ou de gênero. Acredito que a construção desse ambiente saudável e produtivo tem como base o sentimento de **pertencimento**. O trabalho deve ser planejado com a crença de que fazemos parte de uma coletividade, de que temos uma relação direta com a essência do esporte e a conquista de resultados. Integrar para entregar. Só assim avançaremos.

A missão da CBV é liderar o processo de desenvolvimento e promoção do ecossistema do voleibol e representar a modalidade com excelência em eventos internacionais. Para isso, queremos ser referência em gestão esportiva. Há um foco claro em resultados esportivos e na busca por novos talentos, mas com um olhar mais amplo, voltado também para

a geração de negócios e o aumento da popularidade do voleibol. As recentes mudanças na superliga e as novidades que virão para o vôlei de praia, mostram esse caminho.

Há grandes desafios, mas os ativos também são muitos. Talento não nos falta nas quadras e na areia. Nossos atletas estão reconhecidamente entre os melhores do mundo. Experiente, engajada e atualizada, a equipe interna da CBV está pronta para fazer a diferença nessa caminhada. A parceria com as federações garante que as ideias cheguem aos quatro cantos do Brasil e as iniciativas positivas se multipliquem de forma organizada.

O Centro de Desenvolvimento do Voleibol de Saquarema é referência para entidades esportivas de todo o mundo, com uma infraestrutura excepcional. É um trunfo na preparação das seleções adultas e de base e no projeto de desenvolvimento do esporte. Ter um espaço de tanta qualidade foi fundamental, por exemplo, para que pudéssemos enfrentar as restrições advindas da pandemia. Na bolha de Saquarema, seguindo todas as recomendações de segurança, o voleibol seguiu em frente durante esse período tão difícil.

Aliada a esses pontos positivos está a grande paixão do brasileiro pelo vôlei. Hoje são mais de 54 milhões de pessoas acompanhando o esporte, sendo 22 milhões na categoria de superfãs. Em nossas ações, vemos esse público não só como potencial consumidor, mas também como a base da pirâmide de praticantes e futuros atletas.

À CBV cabe retribuir esse carinho e incentivo, reforçando o papel do esporte como agente transformador da sociedade. Queremos desenvolver novos projetos em prol de um mundo melhor, mais justo, mais diverso, mais verde. É uma caminhada longa, mas dou cada passo com a mesma disposição, garra e entusiasmo com que disputei cada partida da minha carreira. E ver o comprometimento da equipe, dos atletas e de nossos parceiros nessa missão de contribuir para o desenvolvimento do vôlei e de todo o esporte brasileiro é uma satisfação de dimensões olímpicas.

ADRIANA
Behar



ALAMIRO e Velludo ANDRÉ Ramos

Alamiro Velludo, procurador do Superior Tribunal de Justiça Desportiva do Futebol e advogado criminalista; André Ramos, procurador do Tribunal de Justiça Desportiva Universitária da Fed. Universitária Paulista de Esportes (TJDU — Fupe)

ASSÉDIO NO ESPORTE E SUA PREVISÃO LEGAL

Não é raro abrimos um jornal e nos depararmos com denúncias de assédio, tanto moral quanto sexual, praticado no âmbito desportivo. A profusão de casos notórios pode ser explicada, em parte, pela própria dinâmica cotidiana do esporte, que traz contornos complicadores para a matéria. Afinal, o atleta convive regularmente com relações que, se não formalmente hierárquicas (i.e., o vínculo com dirigentes ou com a comissão técnica), têm traços de verticalidade (por exemplo, o “calouro” que vai a uma competição em uma equipe de “veteranos”), proporcionando terreno fértil para a prática de abusos. Então, como nossa legislação busca coibir atos dessa natureza? A resposta, como é típico no campo do direito, depende das circunstâncias.

Fazendo o percurso da legislação mais geral para a mais específica, iniciemos nossa análise nos debruçando sobre as legislações fundamentais do esporte brasileiro. Com surpresa, notamos que nem a Lei Pelé (Lei nº 9.615/98) nem o Estatuto do Torcedor (Lei nº 10.671/03) contam com qualquer positivação de medida de combate ao assédio ou punição para condutas desse gênero.

Mais espantoso ainda é o Código Brasileiro de Justiça Desportiva (CBJD) tampouco dispor de punição para condutas de assédio. Ainda que preveja reprimendas para práticas como o ato discriminatório (art. 243-G) e a submissão de criança ou adolescente a vexame ou constrangimento (art. 243-E) – pontos que tangenciam o tema e poderiam ser inseridos em contexto assediante –, não está ali descrito o assédio, na forma como a sociedade o identifica e repele.

Há quem defenda que o artigo 243-F do CBJD (ofender alguém em sua honra, por fato diretamente relacionado ao desporto) traga um enquadramento da matéria, mas a submissão da infração ao fato diretamente relacionado ao desporto mostra a intenção do legislador de coibir ofensas, comumente verbais, proferidas durante a disputa desportiva, limitando o âmbito protetivo da norma.

Buscando alternativas fora da legislação do esporte, podemos encontrar algum refúgio na legislação trabalhista nacional. A CLT garante o direito à rescisão do contrato, com a devida indenização, quando o empregador ou seu preposto praticar ato lesivo da honra e da boa fama (art. 483, alínea ‘e’). Contudo, dois problemas de aplicabilidade prática daí decorrem: (i) excetuando-se os futebolistas de elite, expressiva quantidade de atletas no Brasil, ainda que objetivamente remunerados, não contam com contratos formais de trabalho, de modo que a Justiça do Trabalho não lhes encontra serventia; e (ii) a

figura do assediador trazida pela lei trabalhista é limitada ao empregador e seus prepostos, o que restringe ainda mais seu escopo de aplicação. Essa complicação advinda de uma figura restrita é também percebida na legislação criminal. Afinal, segundo o artigo 216-A do Código Penal, até existe uma figura específica para o crime de assédio sexual. Contudo, além de ser limitado ao caráter sexual (sem a modalidade sexual), o delito exige do autor a “condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função”. Assim, a despeito de tornar vislumbrável um juízo de punição a uma parte das condutas de assédio ocorridas em contexto desportivo, a limitação do tipo penal deixa de fora uma parcela considerável dos casos ocorridos, nos quais nem sempre a hierarquização é clara ou mesmo inerente à função exercida pelos atletas.

Se a legislação federal não parece dispor de uma resposta satisfatória para o tema, existe um mecanismo de resposta ao problema do assédio que, ainda que não tenha alcance jurisdicional tão amplo, mostra-se bastante interessante: os códigos de ética e conduta das federações e confederações de cada esporte.

Em regra, toda federação esportiva nacional conta com um código de ética, cuja aplicação está limitada àquela modalidade esportiva. Na maioria destes documentos, está previsto o repúdio ao assédio em todas as suas formas, sob pena de cometimento de infração ética - por exemplo, citemos o Código de Ética e Conduta da Confederação Brasileira de Futebol (artigo 5º, inciso IV) e o Código de Conduta Ética da Confederação Brasileira de Judô (capítulo 4.9).

Ainda que, sob olhar mais punitivista, sofrer um procedimento administrativo em tribunal de ética no âmbito federativo não soe como uma repressão “ideal”, é de se notar que esse tipo de foro conta com punições expressivas. Tomando-se como exemplo a Comissão de Ética da CBF, há possibilidade de multa de 500 mil reais, demissão por justa causa, suspensão por dez anos e até mesmo o banimento perpétuo das atividades relacionadas à modalidade.

Muito embora essa proteção normativa administrativo-federativa pareça interessante, fica a impressão de que falta uma legislação mais geral, que coíba a conduta de assédio no esporte. Quando tratamos de um problema tão comum e que causa tanto clamor popular em um meio sensível e midiático, esse tipo de proteção poderia constituir um importante avanço enquanto resposta institucional à questão.

ALAMIRO
Velludo

ANDRÉ
Ramos



ARIALDO
Bosco

Presidente da Fenacclubes

A FORÇA E A IMPORTÂNCIA DOS CLUBES PARA O BRASIL

O Brasil é um país plural, de tamanho continental e que congrega em si uma incrível diversidade cultural, étnica e social, que tem sua origem na miscigenação da formação de seu povo. O reflexo disso está na variedade de sotaques, comportamentos, costumes e tradições de cada região. Há vários elementos que fazem parte da representação de um povo, como idioma, folclore e manifestações culturais, dentre outros.

Os clubes, sendo espaços de convívio e de socialização, assumem papel de destaque como fomentadores dos costumes locais, ajudando a contar histórias e entender a identidade de um povo. Neles, os associados que pertencem a um determinado grupo conseguem se identificar com essas características comuns e, a partir disso, construir as suas próprias identidades. Por meio de festas folclóricas, apresentações musicais ou de dança, restaurantes de culinária típica regional ou manifestações culturais, sociais e esportivas, o clube se torna um local de valorização e reconhecimento das próprias raízes. É fundamental valorizar sua própria história para reconhecer e assumir uma postura respeitosa diante das diferenças – algo tão em falta num país altamente polarizado como está o Brasil atualmente!

A importância dos clubes para a formação da sociedade também é destacada pela longevidade de muitas destas entidades. Alguns dos mais de 11 mil clubes existentes no Brasil são oriundos do tempo do Império, resistiram bravamente às mais diferentes adversidades e chegaram aos dias atuais ainda mais fortes. Hoje, existem no Brasil 287 clubes ativos com 100 ou mais anos de vida. Para se ter uma ideia, há mais clubes do que empresas centenárias em nosso país.

Escrever a história é um exercício diário, e nos clubes isso não é diferente! Cada capítulo é redigido pelas mãos dos associados e gestores que, por meio de sua capacidade e competência, conseguem manter este “barco no rumo”, mesmo diante das mais assustadoras tempestades!

Cabe à Confederação Nacional dos Clubes (Fenaclubes) o papel de orientação, funcionando como porto seguro nos momentos de necessidade e como bússola no momento de indicar a melhor rota a seguir. Em atribuição determinada por lei, a Fenaclubes promove a capacitação, formação e o treinamento de gestores dos clubes sociais, para que adquiram ainda mais ferramentas para melhorar a administração diária das instituições.

Para atingir estes objetivos, promove a Semana Nacional dos Clubes, cujo período de realização coincide com a comemoração de 9 de novembro – instituído pela Lei nº 12.333/10 como “Dia Nacional dos Clubes Esportivos Sociais”. Ela congrega a realização sequenciada de dois eventos:

1. O Seminário Nacional de Formação Esportiva – com foco na capacitação, formação e treinamento de gestores, de participação essencial e obrigatória para os profissionais dos clubes, sobretudo dos que recebem recurso para a formação de atletas ou que participam dos campeonatos brasileiros interclubes (CBIs).
2. O Congresso Brasileiro de Clubes – maior e mais importante evento de valorização dos clubes e seus gestores, que homenageia os Clubes TOP 100, além da entrega do Prêmio Clube Formador, do Prêmio Fenaclubes, “o Oscar do segmento clubístico”, do Prêmio Nacional de Literatura dos Clubes e do Concurso Nacional de Fotografia de Clubes, além de palestras técnicas, motivacionais e atrações culturais renomadas nacionalmente.

Estes eventos abrangem os três principais pilares nos quais a Fenaclubes pauta sua atuação: o cultural, o esportivo e o social, todos intrinsecamente ligados aos clubes e à diversidade característica do povo brasileiro.

Além de promover estes eventos, a Fenaclubes é a entidade de representação nacional dos clubes, lutando junto ao governo federal e ao Congresso Nacional por leis e medidas em prol do segmento e com participação decisiva na discussão de projetos em audiências públicas e em proposições de emendas que culminaram na elaboração de leis que impactam positivamente os clubes, em especial no esporte, como a Nova Lei Pelé, que incluiu o Comitê Brasileiro de Clubes (CBC) no Sistema Nacional do Esporte (SNE) e repassou recursos para a formação de atletas (Lei nº 12.395/11); e a revogação da MP 841/18, por meio da MP 846/18, posteriormente sancionada na Lei nº 13.756/18, que restituiu os recursos para formação de atletas nos clubes.

Desta forma, a Fenaclubes permeia os belos capítulos já escritos pelos clubes e traz luz para que o caminho em direção ao futuro seja mais seguro e repleto de sucesso!

ARIALDO
Boscolo



ARLEM
lima

Sócio-proprietário da A11 Sports Management

O AGENCIAMENTO DE ATLETAS DE BASQUETE NO BRASIL E NO MUNDO

Desde o surgimento da Liga Nacional de Basquete (LNB), tornou-se cada vez mais comum a figura do agente de jogadores de basquete. Muito conhecida e bem consolidada em outros países e ligas, no Brasil essa função ainda carece de regulamentação e, por isso, é de suma importância identificar quem são os agentes e empresas que prestam um serviço que irá atender às expectativas do atleta.

Essa regulamentação na National Basketball Association (NBA) se dá por meio da associação de atletas, a National Basketball Players Association (NBPA), e na International Basketball Federation (Fiba), pela própria entidade máxima do basquete mundial.

Para negociar atletas para equipes da NBA, é preciso ser credenciado na NBPA e, para isso, é necessário realizar uma prova, que permite consulta, na sede da associação, em Nova Iorque, com 50 questões relacionadas a contratos e normas da NBA. Para ser aprovado, é preciso acertar 42 perguntas. Além disso, é levantado todo o antecedente do candidato. Depois de aprovado, o agente credenciado tem uma taxa, atualmente, no valor de 2.500 dólares, pagos anualmente à NBPA. Devido à concorrência com as grandes agências, menos de 10% dos aprovados e credenciados seguem a carreira de agente da NBA, o que mostra a dificuldade de se manter no mercado.

No caso da certificação Fiba, a prova e entrevista são realizadas nos continentes Europeu, Asiático, Americano e da Oceania, duas vezes por ano. Depois de aprovado, o agente credenciado tem um custo anual de 250 francos suíços. O Basketball Arbitral Tribunal (BAT), em português Tribunal Arbitral do Basquete, é quem regulamenta todas as relações entre clubes, agentes, jogadores e técnicos.

Algumas ligas, assim como a NBA, possuem credenciamentos específicos, que só possibilitam aos agentes credenciados negociarem com as equipes pertencentes a ela. Importante frisar que a Liga Nacional de Basquete (LNB) foi fundada em 2008 e, por ser uma liga jovem, ainda não temos um credenciamento, nem uma regulamentação dos agentes. Para ser um agente de basquete no Brasil, hoje, basta recrutar jogadores, ter bom relacionamento com os diretores e técnicos dos times e entender como o mercado funciona. Já temos a maior parte dos agentes brasileiros parceiros das grandes agências globais, o que torna difícil a concorrência para quem está começando agora.

Engana-se quem pensa que a função do agente é apenas negociar contratos junto aos clubes. Assessorias de imprensa, jurídica e financeira, planejamento pós-carreira, suporte à família e muitas outras atividades são fatores que diferenciam o bom trabalho das agências que atuam nesse segmento.

Quanto mais jovem um atleta tiver o acompanhamento de uma agência capacitada, maiores são as chances de ele ter êxito em sua carreira profissional. Isso porque o esporte, hoje, requer cada vez mais profissionalismo, que exige dedicação e compreensão de quem quer se tornar um atleta de alto rendimento. Só um trabalho de um agente capacitado pode ajudar a compreender quais são os fatores importantes para ele alcançar o sucesso.

O conhecimento do mercado também é de suma importância para identificar uma boa agência, pois nem todas as ligas têm a credibilidade e a solidez das principais, como NBA (norte-americana), ACB (espanhola), NBL (australiana), BBL (alemã), LBA (italiana) e muitas outras. Por isso, ingressar em uma liga que não tem credibilidade e solidez pode significar prejuízo financeiro e desportivo para o atleta.

No caso de atletas jovens, também é de suma importância identificar, no caso de uma transferência, seja ela nacional ou internacional, fatores que irão ajudar ou prejudicar no desenvolvimento do atleta, como: estrutura de moradia, alimentação, educação e desenvolvimento técnico. Só uma boa agência, com vasto conhecimento do mercado, pode ajudar o atleta e a família na hora de decidir que rumo ele irá tomar na sua carreira.

ARLEM JIM



Bianca
Faria

Gestora do eMuseu do Esporte

A IMPORTÂNCIA DA MEMÓRIA DO ESPORTE BRASILEIRO, EM FACE À INOVAÇÃO DO eMUSEU DO ESPORTE

Em tempos de pandemia, o formato digital e on-line de uso em atividades culturais e esportivas tem se destacado e proporcionado importantes avanços na difusão e na visibilidade de projetos que usam a tecnologia como principal meio de relacionamento com o público. Esses meios tecnológicos têm auxiliado na preservação da memória, uma vez que museus e centros de memória se reinventaram na proposição da oferta e do consumo digital. Assim sendo, o registro da memória teve reflexos positivos de um lado, a partir da necessidade da digitalização de acervos memoráveis e, de outro, pelos consumidores desses conteúdos, os quais aumentaram a procura por versões digitais. Em resumo, esta é a descrição do caso do eMuseu do Esporte, concebido no Brasil, em 2018 e, hoje, disponível na Rede Informática Mundial, em português, inglês e espanhol.

NOVOS MUSEUS DIGITAIS

Muitos museus tradicionais desenvolveram iniciativas de criação de acervos on-line, com maior participação de seus gestores e dos públicos, tanto para atender os pesquisadores e diletantes como para divulgar suas coleções, as quais ampliaram o acesso de visitantes. O eMuseu do Esporte é hoje um exemplo prático deste novo tipo de consumo digital, sendo uma plataforma colaborativa de criação de espaços virtuais para museus, galerias e exposições. Acrescenta-se a possibilidade renovada dos visitantes terem experiências imersivas e interativas, com acesso por igual aos acervos de empresas e entidades patrocinadoras que investem em cultura, educação, sustentabilidade e esporte.

Em termos de objetivos operacionais, o eMuseu do Esporte propõe-se a prover entretenimento, cultura e educação, por meio da tecnologia e da inovação, de forma a engajar todo seu público potencial a colaborar ativamente para a criação da memória nacional, regional e local, de modo a serem reproduzidas e expostas nesses espaços virtuais, com amplo alcance pela internet, propiciando o espírito de pertencimento em todo o País e em outras nações participantes ou acessadas.

MODELO PRÓPRIO DE FUNCIONAMENTO

O projeto do eMuseu do Esporte supera o alcance tradicional das entidades museológicas, tendo como premissa multiplicar o valor da colaboração e da parceria, por meio de soluções virtuais; por resgatar e preservar o patrimônio imaterial pela construção de um sistema de conectividade da sociedade com a comunidade, integrando pessoas e marcas; por promover

a inclusão social e o engajamento nacional/internacional via meios digitais; por levar ao público conteúdos multimídias e de peças raras, estimulando a preservação do meio ambiente via on-line; por incentivar a qualificação profissional, uma vez que o projeto concede bolsas de estudo a alunos de universidades, apoiando, assim, a inovação e o empreendedorismo social; por incentivar a democratização do acesso aos bens culturais, desenvolvendo a formação do público para artes visuais com a exposição interativa; e, finalmente, por propiciar ao público a oportunidade de imersão na história, por intermédio de depoimentos, legendas e imagens estáticas e móveis.

Essas proposições constituem o modelo do eMuseu do Esporte, incubado desde sua origem, em 2018, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) e hoje constituindo o resultado de ensaios e erros, seguidos de avaliações na busca de soluções autônomas e na conformidade de meios disponíveis ou no alcance de apoios locais. Neste encadeamento de experimentações, houve a participação fundamental de entidades esportivas com nível de gestão nacional, como no exemplo da Confederação Brasileira de Basquetebol ou das entidades de cúpula do esporte militar.

Já do lado da produção da memória, foi também importante, no início, caminhar junto com Roberto Gesta de Melo, colecionador e gestor do Museu Internacional do Esporte, em Manaus, estado do Amazonas, nos primeiros avanços do eMuseu do Esporte. A esta notável personalidade, juntou-se Lamartine DaCosta, outro organizador de acervos de memória do esporte, com ambos tornando-se mentores da obra coletiva que transformou o eMuseu do Esporte em seu desenvolvimento.

RESULTADOS E IMPACTOS

O eMuseu do Esporte, desde 2018, passou por 121 parcerias distintas, revelando uma das suas razões de sucesso empresarial. Atualmente, a iniciativa inovadora do eMuseu do Esporte possui um alcance próximo a 11 milhões de pessoas, em suas 11 galerias criadas e dez exposições virtuais, como se pode acompanhar em <http://emuseudoesporte.com.br>.

Bianca
Gama



CARLOS
Favoreto

Presidente do Rio OGC – Campo Olímpico de Golfe

ESPORTE E MEIO AMBIENTE: PRÁTICA SUSTENTÁVEL NO CAMPO OLÍMPICO DE GOLFE

O Campo Olímpico de Golfe (OGC) é um dos maiores legados das Olimpíadas e está em pleno funcionamento. Projetado pelo arquiteto norte-americano, Gil Hanse, é o único da América Latina de nível internacional e conta com uma área de um milhão de metros quadrados, onde se insere um campo profissional no estilo links de 18 buracos, com greens cuidadosamente mantidos, além de instalações de altíssima qualidade para aulas de golfe com área de driving range e sede social com vestiários, proshop, restaurante, bar do golfe, balão de ar quente e toda a estrutura necessária para grandes eventos.

Desde 2017, o Campo Olímpico de Golfe é administrado pelo engenheiro agrônomo, Carlos Favoreto, que, com a sua expertise em gestão ambiental e empresarial, coordena uma equipe multidisciplinar composta por engenheiros, biólogos, arquitetos, botânicos e tantos outros especialistas que compatibilizam a prática esportiva com a preservação das áreas nativas do ecossistema de restinga, parte integrante do bioma da Mata Atlântica. Vale ressaltar que a área do field of play (área de jogo) corresponde a apenas 35% da propriedade, sendo os 65% restantes habitat natural de inúmeras espécies (coruja-buraqueira, jacaré-de-papo-amarelo, bicho-preguiça, capivara, cachorro-do-mato, garças, colhereiro, tiê-sangue, dentre tantos outros).

O local, que era uma antiga mineração de areia, transformou-se em um oásis verde na Barra da Tijuca, zona oeste do Rio de Janeiro. Os animais que vivem na restinga recuperada da região, como capivaras, jacarés, preguiças, cobras e pássaros, encantaram torcedores e jogadores durante a Rio 2016 e viraram celebridades internacionais pelas lentes da imprensa estrangeira. Hoje, quem anda pelo gramado especial, fruto de um projeto de recuperação ambiental, encontra placas que informam sobre possíveis encontros entre homens e animais.

O oásis verdejante recriado na Barra da Tijuca permitiu também o resgate da fauna local, atraída pelo aumento de 167% da cobertura vegetal da região. Passaram a dar o ar da graça, por ali, até mesmo animais ameaçados de extinção no estado, como a rara borboleta-da-praia. “Foi o maior programa de recuperação de vegetação de restinga já realizado no País”, segundo dezenas de reportagens sobre o local. Hoje, há registros de 285 espécies, contra as 118 catalogadas há mais de três anos. Concebido, inicialmente, com 18 buracos e dois lagos artificiais, o projeto original do campo de golfe

foi reformulado e adaptado, de forma a seguir os parâmetros ecológicos. Essa tarefa coube a um time formado por 60 especialistas, com vasta experiência em restauração ambiental. Os profissionais plantaram 900 mil mudas de 35 espécies nativas, sendo seis ameaçadas de extinção.

Diariamente, diversos funcionários trabalham na manutenção e preservação de todo o complexo. Todos os visitantes que desejam praticar golfe ganham três aulas gratuitas, com noções sobre os tipos de jogadas e diferentes partes do campo. O aluno que deseja continuar praticando é orientado a ter aulas particulares até que seja habilitado a jogar no campo de prática. Além da experiência prática de esportes, as pessoas também podem aproveitar o local para o lazer contemplativo e educativo, por meio de visitas guiadas pela equipe de técnicos ambientais do Campo Olímpico de Golfe, onde têm a oportunidade de contato com as belezas naturais recuperadas. O público pode desfrutar de um excelente restaurante, localizado em ponto privilegiado, onde é possível contemplar o pôr do sol.

Além de todo o trabalho desenvolvido nas vertentes esportiva e ambiental, o social é o principal motivo de orgulho para o diretor, Carlos Favoreto. Desde o início da gestão, foi implantado o Projeto Golfe nas Escolas, em que alunos da rede de escolas públicas municipais do Rio de Janeiro são convidados a visitar o Campo Olímpico de Golfe para, durante um dia, conhecer o esporte, ter aulas de educação ambiental e visitar o único campo de golfe público do Brasil.

CARLOS
Favoreto



Rio
Olympic Golf Course



ELEITO O MELHOR CAMPO DE GOLFE DO BRASIL

**AV. GENERAL CASTELO BRANCO FILHO, 700
BARRA DA TIJUCA - RJ**

 **99995-2155 / 21 3030-4653**

 **@CAMPOOLIMPICODEGOLFE**





CAROL
Ghorayeb

CEO da aGhora

A EXPERIÊNCIA DOS FÃS

Assistimos, em 2021, a uma edição dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos sem público presente. Vimos e sentimos a falta do barulho da torcida nas arquibancadas, das pessoas fantasiadas, vestindo as cores das suas bandeiras, indo e vindo pelas ruas da cidade e pelas instalações esportivas. Sentimos falta do hino do Brasil sendo ecoado pelos brasileiros presentes, das palmas ditando o ritmo da partida, da corrida ou do salto, dos gritos e daquela alegria da celebração do esporte entre pessoas do mundo inteiro; entre espectadores, atletas e jornalistas.

Mas, mais do que a falta da atmosfera olímpica que os fãs criam e representam, ficou claro que eles são parte importantíssima e indispensável do ecossistema do esporte. Sim, as competições têm condições de acontecer sem público presente, mas não acontecem sem consumidores.

Os fãs consomem e mantêm a máquina girando. Eles compram ingressos, compram *suvenirs*, compram camisas, uniformes, produtos de patrocinadores; conhecem marcas novas que se mostram apoiando o esporte, consomem planos de canais fechados e de *streaming*, jogos eletrônicos; e financiam o esporte, direta ou indiretamente. A ponta da cadeia é, e será sempre, uma pessoa, um fã, um amante, um praticante do esporte. E quando entendemos isso, entendemos a força que os espectadores, torcedores e fãs do esporte têm na manutenção e na sustentabilidade desse ecossistema. Eles são os donos da bola, sem eles não tem jogo. Sem o investimento deles no esporte, o jogo não acontece, seja em época de pandemia ou não.

Do outro lado, tentando atrair, conquistar e fidelizar estas pessoas, estão as marcas de empresas, organizações, instituições; de equipes, clubes, atletas; de arenas, estádios e tantos outros que usam o esporte como meio e pescam todos do mesmo pote. Quem investe no esporte são as pessoas, não as empresas, instituições, marcas, clubes etc.

E aí nos perguntamos: o que o esporte faz por seus investidores? O esporte precisa dar retorno para as pessoas que investem nele, precisa gerar valor agregado, ter um propósito maior e desenvolver seu legado. Há anos vemos o esporte perdendo seguidores, praticantes e, consequentemente, investidores. Talvez porque o retorno sobre investimento (ROI) não tenha valido a pena. Talvez porque o valor agregado seja muito baixo ou talvez porque o esporte precisa ser menos amador e mais profissional.

O futuro do esporte depende de uma mudança significativa na gestão, na visão a longo prazo, no retorno sobre o investimento, no valor agregado e na experiência. Conhecer, atrair, conquistar e conectar emocionalmente futuros fãs, consumidores e/ou investidores vão depender também da experiência oferecida nas redes, nos canais virtuais, mas, principalmente, nas arenas, estádios, ginásios, campos... ou seja, no presencial.

A emoção do presencial é o que vai fazer as pessoas se conectarem, reconectarem e se transformarem em fãs e promotoras do esporte. A segurança, o conforto e o atendimento às necessidades e aos desejos das pessoas farão as famílias voltarem a escolher o entretenimento esportivo como programa de final de semana, ensinarão às crianças a paixão pelo esporte e farão com que o investimento nele volte a crescer, tornando-o sustentável novamente.

Ao colocarmos o fã do esporte no centro da estratégia e das decisões dos negócios, atendemos às suas necessidades, aos desejos e resolvemos seus problemas. Nós o reconectamos, emocionalmente, ao esporte; geramos mais investimentos; e ainda o aproximamos da prática de atividades esportivas.

E a prática de atividades esportivas promove o desenvolvimento das pessoas e de diversas outras áreas da sociedade como um todo.

A experiência dos fãs, planejada e executada a longo prazo, é a certeza de virada e de vitória na gestão do esporte e no desenvolvimento da sociedade.

Vem jogar com a gente?

CAROL
Ghorayeb



cesar
Gratietti

Economista

a economia do esporte no brasil

Há 12 anos, iniciei um trabalho de análise econômico-financeira dos clubes brasileiros de futebol, em nome do banco Itaú BBA. Naquele momento, mesmo no esporte mais acompanhado do Brasil, havia muita dificuldade em se obter informações oficiais, padronizá-las e fazer um trabalho de comparação que trouxesse segurança na avaliação.

Desde então, o esporte brasileiro vem passando por um processo de compreensão da necessidade de ser transparente em suas estruturas, de tal forma que, hoje, o trabalho que levava alguns meses pode ser concluído em poucas semanas. Mas não é apenas no futebol.

Este desenvolvimento é fundamental para que a indústria se torne mais forte e eficiente. Participei de um estudo da Ernst & Young (EY), em nome da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), no qual medimos o Produto Interno Bruto (PIB) do futebol em 0,74% do PIB brasileiro, o que indica que o esporte no País tende a representar mais de 2% do nosso PIB. Afinal, o esporte está presente em tudo, da corrida de final de semana à pedalada no parque, da natação ao jogo de tênis, do vôlei na praia ao tênis de mesa, no canto escondido da sala de jogos de um condomínio.

A economia do esporte é tão ampla e enraizada em nossas vidas que, muitas vezes, não nos damos conta de sua presença. Pensamos sempre nas partidas profissionais, nas competições que ocorrem todos os anos, nos grandes eventos, como os Jogos Olímpicos. Entretanto, o esporte está também nas roupas que usamos no dia a dia, no tênis que nos leva para todos os lados, nos sites que nos informam, na mesa de bilhar que fica no bar onde batemos papo sobre esporte. E isso tudo movimenta dinheiro, empregos, impostos. A paixão pelo esporte vai além da diversão e da torcida pela conquista, é um negócio.

Ao mesmo tempo, ainda estamos distantes de um ambiente que possibilite explorarmos, de forma ampla, tudo o que essa indústria nos permite. Nos esportes de alta performance nos acostumamos à pouca visibilidade das competições, lembrando que muitas modalidades existem apenas a cada quatro anos, quando viramos especialistas em todos as competições olímpicas.

Nos esportes de base nos faltam políticas públicas consolidadas e estratégia de desenvolvimento de habilidades naturais. Somos um país imenso, populoso, com enorme diversidade étnica e física, inúmeros ambientes – da praia à montanha, da grande cidade encravada no cerrado às belas praias – e, ainda assim, vivemos de esforços individuais ou ações pontuais.

Não podemos nos iludir que o desenvolvimento do esporte passa, necessariamente, pela aplicação eficiente de políticas públicas. No mundo é assim, mas ainda é fundamental pensar em modelos de investimentos que tragam a iniciativa privada para além da aplicação dos recursos provenientes das leis de incentivo. Aliás, não é apenas dinheiro que serve, mas ideias, modelos de gestão e planejamento inerentes à economia privada, que poderiam ser aplicados de forma a auxiliar na construção dos alicerces de uma efetiva indústria do esporte no Brasil.

É cada vez mais comum associarmos o esporte à indústria do entretenimento, mas isso costuma ser mais verdadeiro quando falamos de grandes competições, das ligas americanas de futebol. Porém, o entretenimento não é apenas o grande festival ou o teatro moderno, ele também é o show de fantoches, a roda de samba, o documentário feito por artistas amadores. Isso nos leva ao esporte entretenimento, que vai além das competições milionárias e que também pode movimentar talentos, sonhos, desenvolvimento.

Precisamos pensar em modelos sustentáveis de desenvolvimento da economia do esporte. Sem idealismos tolos, mas com ideias sólidas. Sem sonhos impossíveis, mas com realidades concretas. Precisamos unir o estado e a iniciativa privada em busca de soluções para o País, para criarmos um ambiente onde o esporte possa ser a soma de todos os desejos: desenvolvimento humano, de negócios, de grandes estrelas.

Volto a lembrar que estudos nem tão recentes apontam que o PIB do esporte brasileiro é da ordem de 2% do PIB do País. Acredito até que seja maior que este valor. Falamos de pelo menos 150 bilhões de reais. Com inteligência e esforço de todos os agentes que pensam e giram a economia brasileira, é possível aumentar consideravelmente este valor.

Em um atípico ano olímpico, como foi 2021, incorremos no erro de ver a competição mais importante do calendário como objetivo dos investimentos no esporte, quando, na realidade, cada medalha conquistada foi apenas a consequência do investimento e desenvolvimento estruturado do esporte no País. Temos os elementos, falta apenas organizá-los.

Cesar
Grafietti



Daniel
Dias

O maior medalhista brasileiro

O LEGADO DE UM ATLETA E DAS PARALIMPIADAS

É certo que o esporte carrega consigo grandes valores, ensinamentos e emoções. O esporte também transcende a nossa cultura e o nosso contexto enquanto nação. E diante desta perspectiva o atleta ocupa um posto muito além de sua modalidade, principalmente à frente dos holofotes dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos.

Quem não se viu empolgado para acordar cedo só para acompanhar alguma prova? Quem não virou o maior comentarista e especialista? Nós, brasileiros, deixamo-nos levar pela emoção que o esporte traz, a alegria e o orgulho de vencer, apesar das dificuldades. O esporte exalta o nosso espírito guerreiro.

E além da torcida, da animação e empolgação o que mais um atleta pode fazer? Eu nem imaginava que, enquanto atleta, poderia fazer algo, além de apresentar um bom resultado na piscina e enaltecer a natação brasileira no pódio. Também tinha minhas dúvidas se os brasileiros iriam se interessar pelas Paralimpíadas, se comprariam ingressos para conferir este grande evento que chegava ao nosso país, em 2016, se o esporte paralímpico e a pessoa com deficiência teriam atenção.

Quando eu estava competindo na Rio 2016, ao terminar uma das minhas provas, fui parado por um garoto. Posamos para a foto e ele me disse: “Daniel, você é um exemplo para mim”. Eu fiquei extremamente emocionado com esta frase, por tudo que ela, de fato, representa. Aquele menino não tinha nenhuma deficiência, mas pôde ver em mim algo para inspirá-lo. Concluí que somos capazes de carregar uma mensagem forte, de transmitir valores, sendo um bom exemplo. O Movimento Paralímpico luta incansavelmente para ganhar o seu espaço na sociedade, e este garoto me deu a esperança de que, talvez, nós estejamos, sim, construindo um legado muito mais sólido do que instalações físicas, venda de ingressos e audiência. Seria a construção de um futuro sem divisões? Sem preconceito?

A deficiência não define quem eu sou. E ela não me limita e me impossibilita de ser um bom cidadão, amigo, pai, marido, atleta, campeão e, principalmente, de realizar os meus sonhos.

Da Rio 2016 para Tóquio 2020, pude sentir um pouco mais esse futuro do esporte paralímpico. No Japão, já tínhamos uma nova geração de atletas competindo pela primeira vez em uma Paralimpíada e pude ter a alegria de saber que, por terem me visto nadando na televisão, também se motivaram a praticar o esporte paralímpico.

E se esta corrente do bem, de inspiração pelo exemplo pudesse ser intensificada? Quantas outras pessoas não mudariam suas vidas com o esporte paralímpico? Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam que temos, praticamente, 25% da nossa população com deficiência. Onde estão estas pessoas? Faça uma rápida reflexão: quantas delas fazem parte do seu convívio? Elas ainda estão dentro de casa, com vergonha, com medo, com insegurança, sem informação e sem perspectiva de ser incluídas na sociedade. Espero que os Jogos Paralímpicos consigam promover, cada vez mais, esta visibilidade e que os atletas possam enaltecer o valor da pessoa com deficiência e suas capacidades.

Daniel
Dias

PRÊMIO SOU DO ESPORTE

DANIEL DIAS
HOMENAGEADO ESPECIAL
2021

“O esporte tem
o poder de mudar
o mundo.”

Nelson Mandela



Bruno do Nascimento
Prêmio Sou do Esporte Atitude Positiva
2021



DANILO
e *Garcia*

FELIPE
Filomeno

Clínica Pace

FISIOTERAPIA ESPORTIVA

Espelhada na rotina de atletas profissionais e visando a um estilo de vida compatível com mais saúde, movimento e qualidade, mundialmente, a prática esportiva vem sendo mais e mais difundida na população geral.

Nas últimas décadas, com o avanço das tecnologias, consolidação do trabalho multidisciplinar, aumento das pesquisas clínicas e maior entendimento do esporte por parte do fisioterapeuta, a especialidade da fisioterapia esportiva vem se destacando e evoluindo de forma ascendente no cenário esportivo.

De modo geral, a fisioterapia esportiva proporciona aos atletas conforto e segurança durante a prática do esporte, seja amador ou profissional, trazendo qualidade de vida e confiança na sua plena recuperação. O fisioterapeuta se tornou imprescindível antes, durante e após a lesão, acompanhando e alinhando treinos, sempre na busca de um melhor desempenho e durabilidade do atleta ao longo de sua carreira.

Os benefícios da fisioterapia esportiva, identificados em estudos recentes, citam a prevenção à lesão como um dos objetivos principais dessa especialidade, deixando de focar sua atenção apenas na lesão e redirecionando sua atenção para os riscos aos quais os atletas estão expostos. Segundo esses estudos, os benefícios da abordagem preventiva ou programa preventivo são: aumento da longevidade esportiva do atleta; redução do número de lesões durante a prática esportiva; e maximização do rendimento esportivo, prescrevendo e modulando níveis seguros de atividades, permitindo que uma lesão não inviabilize o andamento dos treinos ou, ainda, represente perda das conquistas esportivas adquiridas.

Ao fisioterapeuta cabe o conhecimento das características de cada modalidade esportiva, assim como suas métricas de intensidade, duração e gestos esportivos, os quais, juntos, geram um desafio físico e mental ao atleta amador ou profissional. A preocupação e o preparo pela ótica do fisioterapeuta têm como principal objeto de estudo a identificação de níveis seguros de carga aos quais todo sistema musculoesquelético do atleta é submetido.

Apesar de toda evolução na prevenção e um maior conhecimento clínico específico de cada esporte, ainda assim, as lesões esportivas estão muito presentes no dia a dia do atleta. Infelizmente, nem todas são plausíveis de prevenção. Quem trabalha com esporte de alto rendimento sabe que muitos destes atletas convivem com dores e lesões ao longo da carreira.

Muitas vezes, essas lesões são traumáticas (agudas) ou cumulativas (crônicas), as quais exigem tratamento conservador prolongado ou até mesmo cirúrgico. Neste caso, o afastamento do atleta da atividade esportiva se torna necessário. É função do fisioterapeuta do esporte, juntamente com toda a equipe multidisciplinar, reabilitar esses atletas lesionados com altos níveis de segurança, minimizando a perda de rendimento e a ausência prolongada em sua modalidade. Disciplina, conhecimento e foco diário se fazem necessários.

Pode-se ter uma lesão séria, necessitando de um tratamento mais controlado e com afastamento prolongado da atividade esportiva, como uma lesão ligamentar de joelho; ou pode-se ter uma lesão mais amena, como uma entorse de tornozelo que, apesar dos sintomas e inchaço no curto prazo, será possível conseguir um resultado compatível com retorno à prática esportiva após alguns dias, mantendo a performance muito próxima do normal ou até mesmo normal.

Em resumo, a fisioterapia esportiva tem como objetivo principal a prevenção e a recuperação plena do atleta. Muitas vezes, atletas, técnicos e praticantes assumem riscos de jogarem lesionados ou ainda não totalmente recuperados. É função e responsabilidade do fisioterapeuta do esporte e de toda a equipe médica calcular, modular e orientar sobre os riscos pertinentes a essas decisões, afinal, para objetivar resultados e frequência no programa de treinamento, é necessário pensar também na integridade do atleta, não apenas dentro daquela competição, mas também nas próximas.

DANILO
Garcia

FELIPE
Filomeno



EDUARDO
Galetti

Vice-presidente sênior do UFC na América Latina

UFC: SEGUIR CRESCENDO

As artes marciais são uma paixão nacional. Elas estão nas principais academias do País; nas praças, em uma roda de capoeira; no arquipélago do Marajó, com a luta marajoara... a luta está por todo o Brasil. Foi por aqui também que as artes marciais mistas (MMA) surgiram. Em 28 anos de história, o Ultimate Fighting Championship (UFC) se tornou sinônimo de MMA e se consolidou como a maior organização de artes marciais mistas do mundo, com uma legião de, aproximadamente, 625 milhões de fãs.

No Brasil, não foi diferente. O País é o segundo mercado mais importante para a companhia, atrás apenas dos Estados Unidos, onde está localizada a sede da marca. Temos mais de 11 milhões de seguidores no País, uma das bases mais engajadas do esporte brasileiro. Com uma marca já tão conhecida e consolidada, com um esporte já tão enraizado na cultura brasileira, vêm desafios de igual tamanho: como seguir crescendo, expandindo, evoluindo? É preciso estar em constante reinvenção.

Os últimos dois anos se apresentaram especialmente complicados para o setor de esportes. Quando o presidente do UFC, Dana White, disse que seríamos o primeiro esporte a retornar durante a pandemia, ele foi recebido com ceticismo, mas de fato conseguimos. Tudo começou, na verdade, no último evento realizado antes da pandemia, o UFC Brasília, em março de 2020, em que precisamos redesenhar toda a estrutura do evento em menos de quatro dias para acomodar as restrições que o novo coronavírus começava a impor.

Voltamos à ativa dois meses depois com o modelo de “bolha”, primeiro nos Estados Unidos e depois na inédita Ilha da Luta, em Abu Dhabi, que permitiu o retorno dos eventos internacionais do UFC. Aprendemos que uma situação desafiadora como esta, se tratada com respeito, seriedade e colocando em primeiro lugar o bem-estar e a saúde dos atletas, equipes e profissionais, pode ser gerenciável. As dificuldades foram muitas nesse processo, mas colhemos resultados incríveis.

O ano de 2020 acabou se tornando o melhor ano do UFC nas redes sociais no Brasil, em termos de engajamento e crescimento de seguidores, e entrou para a história com os dois meses de maior audiência no País. Considerando o engajamento, que de fato mostra a interação da audiência com a marca, fechamos o ano de 2020 com 43 milhões de interações. Comparado a 2019, esse número cresceu mais de 70%.

Seguimos 2021 em ritmo de crescimento, agora com o retorno de eventos em diferentes arenas e já com a presença do público, onde é permitido. Ainda sem eventos no Brasil, vimos nos conteúdos produzidos localmente uma forma de manter nossos fãs engajados. Investimos em novos formatos, novos programas. Trouxemos nossos parceiros comerciais para essa conversa, produzindo conteúdos especiais em conjunto com nossos patrocinadores. Com esses materiais, aproximamo-nos dos nossos fãs, contamos as histórias dos atletas, educamos sobre a marca e o esporte e alcançamos também novos públicos, pessoas que, provavelmente, já ouviram falar de UFC e MMA, mas nunca os conheceram profundamente.

Além de conteúdos exclusivos, buscamos neste ano expandir o leque de possibilidades comerciais do UFC no Brasil. Foi o caso, por exemplo, da criação da linha de combustíveis Fit/UFC, produto co-branded inédito na história da organização e extensão da parceria que temos com a Refit, há mais de três anos. Seguir crescendo, buscando novas soluções, mudando o “time que já está ganhando” foi e é desafiador, mas é um investimento diário que fazemos no UFC.

Acreditamos, especialmente, que investir no esporte no Brasil sempre será um bom negócio. Sobretudo porque investir no esporte é investir também no brasileiro. O esporte é um dos principais motores de transformação social no nosso país. Vemos diariamente isso no UFC. Atletas que saíram de pequenas cidades no interior do Brasil – como é o caso da campeã do UFC, Amanda Nunes, que saiu de Pojuca, cidade com menos de 50 mil habitantes na Bahia, para se tornar uma das melhores, senão a melhor atleta de MMA de todos os tempos –, atletas que saíram de projetos sociais, que enfrentaram todo tipo de adversidade até chegarem ao principal palco de MMA do mundo.

O esporte muda vidas, o que vai além de uma marca, uma liga, um torneio. O esporte, seja ele qual for, sempre estará no DNA do brasileiro. E nosso trabalho é seguir abastecendo essa paixão, transformando vidas e entretendo milhares de pessoas ao redor do País e do mundo.

EDUARDO
Galetti



EDUARDO
Musa

Presidente da Confederação Brasileira de Skate (CBSk)

a gestão do skate institucional no Brasil

Uma coincidência profissional acabou me aproximando de Bob Burnquist, em um momento crucial da história do skate brasileiro. No meio de 2017, eu estava fazendo a ponte entre o Bob e uma empresa que queria investir na modalidade. Naquele mesmo período, havia uma discussão sobre qual entidade deveria representar o skate na esfera olímpica. Por mais surreal que isso possa parecer, a Confederação Brasileira de Hóquei e Patinação (CBHP) pleiteava para si esse direito. A questão me intrigou e comecei a me debruçar sobre o tema. O assunto começou a efervescer em mim e acabou se transformando em uma ligação:

– Bob, você está acompanhando esse movimento? Se os grandes nomes do skate não se unirem, vocês vão perder a gestão da modalidade por uma questão burocrática.

– Duda, decidi aceitar esse desafio. Falei com algumas pessoas de confiança que vão me ajudar, mas preciso de você comigo também.

Sempre fui apaixonado por esportes. Venho de uma família de esportistas e pratiquei várias modalidades até minha juventude. Profissionalmente, comecei a construir minha trajetória pelo marketing esportivo. Mas a vontade de trabalhar na estruturação do esporte como um todo fez com que eu também assumisse um papel de gestão em todos os lugares por que passei.

Não era diferente naquele momento com o Bob. E o convite dele confirmava isso. Atuar na gestão esportiva de uma modalidade prestes a estreiar nos Jogos Olímpicos era um misto de sonho e desafio. Além de uma estruturação institucional e esportiva, era preciso trabalhar a resistência de parte da comunidade, que se mostrava reticente à entrada do skate no movimento olímpico.

O skate sempre teve um mundo próprio e muito forte por si só. Há toda uma cultura e lifestyle que estão na essência do skate e que sempre estiveram interligados com as competições. Em ambas as frentes, o skate nacional construiu uma história belíssima, repleta de ídolos. Até por isso muitos holofotes se voltaram para os skatistas que poderiam representar o Brasil nos Jogos de Tóquio, e a três medalhas de prata que conquistamos – Kelvin Hoefler, Rayssa Leal e Pedro Barros – intensificaram ainda mais esse processo. A partir da minha entrada na Confederação Brasileira de Skate (CBSk), passei a respirar a modalidade 24 horas por dia. O primeiro fruto desse trabalho veio no fim de 2017, quando a CBSk reconquistou sua legitimidade junto ao Comitê Olímpico do Brasil (COB) e ao World Skate (federação internacional). Em 2018, criamos a Seleção Brasileira de Skate, a primeira

do mundo. Implementamos uma comissão técnica que, aos poucos, tornou-se multidisciplinar: médico, fisioterapeutas, psicóloga, observador e consultores técnicos.

Ao longo dessa caminhada à frente da CBSk – 20 meses como vice-presidente e desde junho de 2019 como presidente –, tenho muito orgulho de dizer que nossa gestão tem sido pautada pela transparência, pela tomada de decisões de maneira colegiada e pelo prevalecimento da voz dos skatistas. Todos os gastos da CBSk são publicados no site da entidade (www.cbsk.com.br) e ficam disponíveis para consulta. As decisões mais importantes da Confederação são votadas pela diretoria e o voto do presidente tem peso igual ao de todos os demais.

Além disso, a partir de uma reforma estatutária, a assembleia da entidade, atualmente, é formada majoritariamente por skatistas. Antes, eles tinham direito a um voto de um total de 15. Hoje, são 15 de 29 – 14 ficam a cargo das federações e associações e algumas dessas entidades contam, inclusive, com skatistas no cargo de presidente. O reconhecimento veio no final de 2020, quando o grupo que integro foi reeleito para um mandato até 2024, o que representa mais um ciclo olímpico.

Pensando nos Jogos de Paris, nosso primeiro passo, após chegarmos do Japão, foi o anúncio da construção do Centro Olímpico de Skate, em parceria com a Secretaria Especial do Esporte do governo federal e a prefeitura de Campinas (SP). Uma vitória gigante para a modalidade.

O patrocínio das Loterias Caixa – parceria iniciada em junho de 2021 – está permitindo investirmos mais em algumas frentes importantes para o skate: estruturação das federações e associações filiadas à CBSk; congresso e cursos de capacitação e profissionalização dos agentes envolvidos com o mercado do skate; projetos sociais que trabalham o skate como ferramenta de inclusão e transformação social; eventos dedicados a todas as modalidades do skate.

Todas essas realizações somadas serão um grande legado para o skate brasileiro. Nosso próximo objetivo é fazer com que, em alguns anos, o skate se torne a segunda modalidade mais praticada pelos brasileiros. Acredito que unindo sonho e trabalho podemos chegar lá. Vida longa à CBSk, já que o skate brasileiro é eterno!

EDUARDO
Musa



ERICH
Beting

Fundador da Máquina do Esporte

A PANDEMIA RESSIGNIFICA O ESPORTE NO COTIDIANO

Não tem como. Todos sairemos diferentes da pandemia. O período isolado dentro de casa, a perda de parentes e amigos, o medo da doença... tudo o que vivemos em 2021 mudará radicalmente o que seremos daqui para frente. E o esporte desempenha um papel importante nessa história. É só ver o boom de atividades esportivas ao ar livre, assim que começamos a retomar a rotina fora de casa. O prazer infantil de andar de bicicleta, o desejo incontrolável de correr pelas ruas, ainda semidesertas, a busca por esportes como beach tennis, tênis e outros que não aglomeram as pessoas, mas que nos mantêm ativos, ganharam espaço nos grandes centros urbanos.

Tudo isso mostra uma nova realidade que deve ser intensificada na pós-pandemia. A partir do momento que uma doença que tinha maior mortalidade entre as pessoas obesas virou uma ameaça mundial, entendemos, finalmente, que o esporte precisa fazer parte da nossa rotina. Da mesma forma, o isolamento social provocado pela pandemia nos fez rever o sentido de aproveitar o tempo livre.

O fenômeno não é apenas brasileiro. Mundialmente, aplicativos como o Strava, que mensura a prática de atividade física em esportes individuais, passaram a ser baixados como nunca e utilizados por cada vez mais gente. Quando a Europa começou a retomar a vida ao ar livre, o Strava teve 30 milhões de uploads semanais. Ou seja, as pessoas saíam para praticar esporte. Mesmo com cerca de três meses da população trancada dentro de casa, nunca o Strava foi tão utilizado. A cada mês, dois milhões de novos usuários baixaram o app e quase 100 milhões de atividades foram registradas mensalmente.

A prática esportiva tende a viver um salto como nunca visto. O esporte, literalmente, furou a bolha dos amantes da prática. As pessoas entenderam o real significado de bem-estar e saúde que podem acompanhar o esporte. E passaram a buscar essa prática como nunca fizeram. Dados do próprio Strava mostram isso. Houve um aumento de 2,2 vezes na prática de atividades dentro de casa. As caminhadas ao ar livre cresceram três vezes. Pedaladas (1,7) e corridas (1,3) também aumentaram em 2020, na comparação com 2019.

Queremos sair, nos exercitar, precisamos ser mais produtivos. O esporte é o símbolo de toda uma nova sociedade que precisa ficar mais ativa e saudável, para não correr o risco de sucumbir a uma pandemia. O lema “mente sã em corpo sã” nunca foi tão claro e evidente. Mas como o esporte pode se organizar para essa nova realidade?

Ao mesmo tempo que o esporte ganhou um novo significado para as pessoas, a transformação digital foi acelerada como nunca. Isso também muda a realidade. A geração Z chega com um novo entendimento do que é a relação com o entretenimento. O aumento do consumo dos e-Sports muda a forma como o jovem lida com o esporte como ele nos é apresentado. O fã do futuro não aceita meramente ser um espectador. Ele quer fazer parte da ação.

E isso impacta a outra ponta do negócio: o esporte de alto rendimento. O torcedor do futuro, que é cada vez mais o do presente, não entende o esporte como uma relação passiva. Ele quer ser um ator do jogo. Por isso, nos Estados Unidos e na Europa, os meios digitais já começam a mudar a relação dentro do esporte. Os tokens não intercambiáveis (NFTs) chegaram para fazer o torcedor ter voz ativa e poder tomar algumas decisões dentro do clube. Da mesma forma, os recursos tecnológicos são usados para mudar a experiência do usuário acompanhando o esporte.

Não por acaso, no Brasil, em que não mudamos em nada a experiência do torcedor com o esporte de alto rendimento, a audiência do futebol na TV caiu, em média, três pontos na medição do Ibope, assim que voltamos a sair de nossas casas. Não é falta de interesse pelo esporte mais popular do País, mas o entendimento de que temos de aproveitar a tarde de domingo de outra forma, ao invés de ficar em casa, em frente à TV, somado à incapacidade de mudarmos a experiência do fã.

O esporte vive um novo momento em todo o mundo. As pessoas querem tornar-se mais ativas, o que abre um enorme leque de oportunidades para quem trata com o atleta amador. Da mesma forma, porém, o esporte de alto rendimento precisa reinventar-se para tornar o fã um agente ativo do processo. Só assim ele manterá o torcedor engajado. O desafio, aqui, é mudar a forma como entendemos a organização do evento esportivo. A pandemia mudou radicalmente a forma como entendemos o esporte. Para o bem e para o mal.

ERICH
Beting



ERINALDO
Chagas

Vice-presidente da Associação Nacional dos Deficientes (Ande)

O PARADESPORTO E SUAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

Ao final da 16ª edição dos Jogos Paralímpicos de Verão, em 2021, apesar de ter sido um sucesso em audiência e resultados para o Brasil, o evento ainda busca se firmar como oportunidade para marcas e entretenimento para a sua audiência. Ao total, foram 13 dias em que paratletas do mundo inteiro, com deficiências diversas, disputaram medalhas e vitórias em 22 modalidades, buscando reconhecimento e visibilidade.

Os Jogos Paralímpicos, apesar de mais recentes que os Jogos Olímpicos, vêm ampliando sua estrutura e ganhando importância como evento esportivo. Na Rio 2016, o Comitê vendeu cerca de 2,5 milhões de ingressos para todos os dias de competição. Tóquio não teve público por causa da Covid-19, mas já havia vendido boa parte de seus ingressos, mostrando que o interesse tem aumentado na proporção em que o público vem identificando e reconhecendo seus ídolos, aprendendo mais sobre a vida dos atletas e, principalmente, sobre os esportes.

Os dados mostram que entre a primeira e a última versão dos Jogos houve uma grande evolução. O esporte para pessoas com deficiência abandonou o caráter estritamente de lazer e reabilitação (década de 50), passando a buscar também o alto rendimento, o que aumentou o interesse da mídia e do público em geral.

A história do paradesporto no Brasil e no mundo sempre foi alvo de discussão e inúmeros trabalhos, abordando a deficiência, superação e as questões técnicas que envolvem essa prática. Com o nosso excelente histórico e a expectativa cada vez maior de bons resultados, o esporte paralímpico brasileiro ainda tem seu potencial explorado de forma tímida. Enquanto a Olimpíada e suas modalidades são divulgadas constantemente, o esporte paralímpico acaba se restringindo a seus grupos e, na maioria das vezes, só aparece para o grande público de quatro em quatro anos, quando ocorrem as Paralimpíadas.

Fica evidente que o desenvolvimento de novas ações de comunicação e uma estratégia de marketing relacionado à causa são importantes para que mais empresas possam aproveitar estas oportunidades, tendo um diferencial em relação às suas concorrentes. Hoje, simplesmente ter um bom produto ou um bom serviço não faz com que a empresa seja reconhecida no mercado. Oferecer algo que beneficie o consumidor e, ao mesmo tempo, ajude em uma causa social traz um resultado muito melhor e de maior visibilidade.

No esporte paralímpico, as oportunidades possuem as mesmas características do esporte olímpico, principalmente na sua

manifestação mais atual, como um fenômeno em processo de expansão, cabendo às instituições e aos profissionais do setor a identificação e análise do papel da comunicação e do marketing no desenvolvimento de novos projetos, não apenas como condição de acesso e de desenvolvimento da população com deficiência do nosso país, mas, principalmente, como a comunicação e o apoio destas empresas podem alavancar e fortalecer o paradesporto nacional.

Na comparação entre os eventos, na percepção e na valorização, não é um problema apenas do Brasil. Essa diferença entre as duas competições acontece em todos os países e está relacionada à maturidade dos eventos. A Olimpíada já é tradicional, existe uma história que sempre se renova a cada edição, enquanto os esportes paralímpicos estão apenas começando a ser reconhecidos.

Por ainda não ter se firmado como um grande evento esportivo, a Paralimpíada e suas modalidades não são vistas pelas marcas como vitrines de grande visibilidade ou capazes de impulsionar seus negócios. Mas algumas já se tornaram atuantes nos esportes paralímpicos. Essas companhias, além dos valores positivos que já são inerentes ao esporte, como determinação, espírito de equipe e disciplina, trabalham outros, implícitos em cada salto, braçada, chute ou lançamento feitos por paratletas, que acabam gerando atributos valiosos para seus próprios negócios e para a sociedade.

Ainda, para se conhecer mais o paradesporto e, consequentemente, conseguir mais engajamento, são necessárias uma melhor comunicação e uma exposição maior das modalidades na mídia, tornando os eventos paradesportivos produtos mais atrativos. Dessa forma, será possível conseguir um maior interesse do público e das empresas.

Neste sentido, o paradesporto, em todas as suas manifestações, executa importante função social, educacional, cultural e de entretenimento, mas, fundamentalmente, representa uma área cheia de oportunidades de negócios para todos os envolvidos.

ERINALDO
Chagas



FABIANA

Beltzmann

Sócia e cocriadora do Remo Fitness

DEZ ANOS DE CAMPEÃ MUNDIAL E O REMO NO BRASIL

Comecei a minha carreira esportiva em outubro de 1997, aos 15 anos de idade. Apaixonei-me pela modalidade e ainda mais por competir e representar meu país em campeonatos internacionais. Mas, acima de tudo, me apaixonei por ganhar medalhas. Subir no pódio é uma sensação única e viciante. Não era à toa que treinava muito todos os dias para sentir aquela sensação de novo e de novo.

Aqui no Brasil já tinha me tornado a melhor remadora e já tinha vencido o Campeonato Sul-Americano também. Mas quando eu fui para a minha primeira Olimpíada, em Atenas, 2004, percebi que era praticamente impossível para mim, e para qualquer remador brasileiro, entrar numa final ou ganhar uma medalha olímpica. E isso me deixou completamente frustrada, não poder competir de igual para igual com as melhores atletas do mundo.

Mesmo assim, continuei com o sonho de me tornar alguém notável no remo mundial. Passei por muitos altos e baixos e algumas mudanças de categoria. Em 2008, após os Jogos Olímpicos de Pequim, eu e meu companheiro, Gibran Cunha, decidimos ter um filho. Fiquei grávida e no ano de 2009 fiquei apenas treinando de leve, mas sem competir, já pensando na volta às raíais.

Minha filha, Alice, nasceu, eu voltei aos treinos, agora com uma motivação extra e cansaço dobrado por conta da maternidade. Mas estava tão feliz e com tanto foco no que eu queria, que nada disso era um empecilho. Os obstáculos me deixavam mais forte. Fui ficando cada vez melhor, vencendo as regatas estaduais, brasileiras e sul-americanas. Mas ainda não era o que eu queria, isso tudo eu já tinha conquistado. Eu queria mais e agora eu sabia que era possível.

Até que, no dia 2 de setembro de 2011, às 9h27 da manhã, eu estava alinhada para a largada da final do Campeonato Mundial de Bled, na Eslovênia, ao lado das melhores do mundo, pronta para competir de igual para igual. Foi dada a largada e desde o início eu já coloquei uma grande vantagem sobre as adversárias, mas a prova só acaba depois que cruzamos a linha de chegada, então, segui dando o meu máximo a cada remada.

Quando acabou a prova e vi que tinha sido a vencedora, eu senti um turbilhão de emoções. Tinha acabado de me tornar a primeira campeã mundial de remo do Brasil e era a primeira vez que o campeonato estava sendo transmitido ao vivo no

País. Isso quer dizer que atletas do Brasil inteiro tiveram a chance de ver esse feito e, o mais importante, de se inspirarem como eu me inspirei com a conquista da medalha do Aílson, alguns anos antes.

Dez anos depois dessa conquista, o remo do Brasil ainda não deslanchou. Ainda não conseguimos nos organizar e fazer uma equipe competitiva. O remo do Brasil depende única e exclusivamente dos clubes, e enquanto temos poucos clubes que são muito fortes e estruturados, a maioria ainda faz um verdadeiro milagre para continuar de portas abertas e formando atletas.

É claro que não seremos uma potência olímpica da noite para o dia, mas precisamos nos estruturar para que isso aconteça. Se o remo europeu, americano ou neozelandês ainda está muito distante da nossa realidade, há o exemplo do Chile, um país muito menor do que o Brasil, que se estruturou há alguns anos e, agora, está colhendo bons resultados. Ainda não é uma potência mundial, mas estão trabalhando para isso.

Há dez anos, meu sonho era ser a melhor do mundo. Hoje, meu sonho também é ver o Brasil no lugar mais alto do pódio nesta modalidade tão tradicional. Com transparência, boa gestão e trabalho duro é possível.

FABIANA
Beltrame

A full-page photograph of Raissa Machado, a Brazilian Paralympic athlete, in a wheelchair on a running track. She is wearing a yellow tank top with 'BRASIL' and a blue patterned sleeve. She holds a javelin horizontally across her body. The background is an indoor track with a grid ceiling. Decorative wavy lines in orange, green, and red are at the top and bottom edges.

Raissa Machado
*Atleta Paralímpica
de Lançamento de Dardo
Prêmio Sou do Esporte
Atleta de Valor
2021*

Crédito:
Comitê Paralímpico Brasileiro

“O esporte
tem o poder
de inspirar,
tem o poder
de unir as pessoas
de um jeito
que poucas coisas
conseguem.”

Nelson Mandela



FABYOLA e RODRIGO Rodrigues Damázio

Fabyola Rodrigues e Rodrigo Damázio - sócios no
escritório de advocacia Demarest

O DIREITO DE IMAGEM: REPERCUSSÕES JURÍDICAS

Não são poucas as questões jurídicas relacionadas à área dos esportes. A exploração do direito de imagem no âmbito desportivo é uma delas, com contornos interessantes e reflexos jurídicos no campo tributário e até mesmo na esfera criminal. O direito de imagem consiste em um direito personalíssimo, protegido pelo ordenamento jurídico. Não são raros os casos em que a imagem do indivíduo tem tamanho prestígio que, mesmo após a interrupção da própria atividade profissional, o seu potencial de exploração comercial perdura ao longo do tempo, gerando rendimentos para o detentor do direito de exploração.

Diante da relevância econômica dos contratos firmados, é comum que a exploração dos direitos de imagem de atletas seja realizada por pessoas jurídicas, constituídas para tal finalidade, e não diretamente pela pessoa física. A renda auferida pela exploração do direito de imagem pela própria pessoa física está sujeita à alíquota progressiva de imposto de renda, podendo chegar a 27,5% (IRPF). Contudo, no caso de pessoa jurídica submetida ao regime do lucro presumido, a carga tributária incidente sobre os rendimentos auferidos pela empresa é de aproximadamente 19% (ISS, IRPJ, CSLL, PIS e Cofins).

A exploração dos direitos de imagem por pessoas jurídicas é válida e está amparada na legislação vigente. Não obstante, as autoridades fiscais têm adotado entendimento diverso. Segundo o Fisco, o direito de imagem não poderia ser cedido a pessoas jurídicas para posterior exploração, por se tratar de um direito personalíssimo, a exploração não seria efetivamente exercida pela pessoa jurídica, mas pela pessoa física, cabendo a ela os rendimentos e, assim, o pagamento dos tributos incidentes. Em razão do referido entendimento, há casos de lavratura de autos de infração para a cobrança do imposto de renda que seria devido pela pessoa física, com acréscimo de juros e multa, ainda que os rendimentos recebidos por meio da pessoa jurídica já tenham sido devidamente tributados.

Tal entendimento das autoridades fiscais nos parece equivocado, pois o direito de imagem reveste-se de duplo conteúdo: (i) de aspecto moral, que está intrinsecamente ligado ao direito da personalidade (que não pode ser transmitido a terceiros); e (ii) de aspecto patrimonial, que decorre do fato de o referido direito ter um valor no mundo real, podendo ser explorado economicamente e, assim, ser cedido a terceiros, inclusive a pessoas jurídicas, que poderão explorá-lo economicamente, conforme condições previamente estabelecidas entre as partes. Além disso, o antigo art. 980-A, § 5º, do Código Civil, e o

art. 129, da Lei 11.196/2005, previram claramente que rendimentos decorrentes de serviços personalíssimos, prestados por sócios, podem ser explorados e tributados de acordo com a legislação aplicável às pessoas jurídicas.

A questão é polêmica e ainda não há uma posição consolidada nos tribunais. No âmbito do Conselho Administrativo de Recursos Fiscais, há decisões no sentido de que seria cabível a exigência dos tributos da pessoa física, com acréscimo de multa e juros. Nesse contexto estão os casos envolvendo Luiz Felipe Scolari, Donizete Oliveira, Marcelo Kiremitdjian, Antonio Lopes, dentre outros.

Já no âmbito do poder judiciário, a discussão ainda é incipiente, mas é possível identificar decisões que entenderam válida a exploração econômica do direito de imagem feita por meio de uma pessoa jurídica (da qual o atleta seja sócio), como é o caso envolvendo o jogador de futebol, Léo Moura. Além disso, há também possíveis reflexos na esfera penal. Isso porque, nos últimos anos, as fiscalizações têm se intensificado e, muitas vezes, logo após a lavratura do auto de infração e imposição de multa ocorre, de forma concomitante, a elaboração da representação para fins penais. Trata-se de um documento encaminhado à autoridade judicial, requerendo que os fatos sejam apurados na esfera criminal.

Uma vez instaurado o inquérito policial, haverá intimação da pessoa física para prestar esclarecimentos. Importante mencionar que, em alguns estados, a investigação é conduzida diretamente pelo Ministério Público. Muito embora o pagamento integral do auto de infração tenha o condão de extinguir a punibilidade, ou seja, encerrar a discussão na esfera penal, não é um ponto pacífico o momento que isso pode ocorrer. O recomendável é que cada caso seja avaliado individualmente, até mesmo pela possibilidade de repercussão midiática. Assim, o cenário atual acerca da cessão do direito de imagem para sua exploração por pessoas jurídicas ainda encontra algumas incertezas, mas tende a ser consolidado a longo prazo.

FABYOLA
Rodrigues

RODRIGO
Damázio



FERNANDO
Mezzadri

Prof. Dr. Fernando Mezzadri - Pró - Reitor UFPR
Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva

O INSTITUTO DE PESQUISA INTELIGÊNCIA ESPORTIVA E O DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO

Durante as últimas décadas, o País sediou os Jogos Panamericanos (2007), os Jogos Mundiais Militares (2011), a Copa das Confederações (2013), a Copa do Mundo (2014), os Jogos Olímpicos e Paralímpicos (2016) e inúmeros campeonatos mundiais de várias modalidades. Paralelamente a essas organizações, o esporte brasileiro, nos últimos anos, está avançando sistematicamente nas práticas de governança e gestão das entidades esportivas.

Entretanto, no âmbito científico e da produção do conhecimento, as pesquisas não acompanharam o mesmo ritmo das demandas das instituições governamentais (secretarias municipais, estaduais e federal) e das entidades não governamentais (confederações, federações e clubes), no que se refere à análise da governança e gestão das entidades esportivas.

Partindo do contexto no qual o esporte se encontrava e no intuito de contribuir para o desenvolvimento esportivo do País, foi criado o Instituto de Pesquisa Inteligência Esportiva (Ipie), na Universidade Federal do Paraná (UFPR). O Instituto vem há alguns anos colaborando para o aprimoramento do esporte brasileiro, fornecendo conhecimento científico, tecnológico, inovação e auxiliando na estrutura da gestão e governança das entidades públicas e privadas do esporte no País.

Entendemos que a melhoria no desenvolvimento esportivo brasileiro depende, fundamentalmente, de dados concretos, do diagnóstico, do planejamento, da avaliação e da utilização das mais modernas ferramentas de análise das políticas de governo e da gestão das entidades privadas existentes no mundo. Mas para alcançar o sucesso nos princípios elencados acima, torna-se imperiosa a consolidação dos dados confiáveis e atuais sobre a estrutura esportiva.

Assim, em iniciativa pioneira, o Ipie desenvolveu uma base de dados (big data), estruturada na forma de um grande conjunto de registros de informações sobre o esporte. A utilização da big data torna possível cruzar dados e gerar conhecimentos de modo rápido e preciso, auxiliando gestores, profissionais e pesquisadores do esporte na compreensão das suas atividades.

Atualmente, a base de dados conta com:

- a) 69.766 registros de atletas. Esses registros contemplam nome, CPF, data de nascimento, e-mail, telefone, cidade e estado;
- b) 29.925 atletas contemplados pelo programa Bolsa Atleta, com 81.097 bolsas nas categorias atleta de base, estudantil, nacional, internacional, olímpica/paralímpica e o programa Atleta Pódio;

c) 248 modalidades, incluindo as olímpicas, paralímpicas, não olímpicas (modalidades não incluídas no programa olímpico), não paralímpicas (modalidades paradesportivas não incluídas no programa paralímpico) e as de inverno;

d) 7.240 instituições esportivas, como confederações, federações, clubes, academias, associações, institutos, escolas, centros universitários e universidades, dentre outros;

e) 1.804 municípios, de 16 estados do País, cadastrados na Gestão do Esporte nos Estados e Municípios (Geem), que registra e contempla dados de entidades esportivas, governança, recursos humanos da gestão, política para o esporte, cultura esportiva e instalações esportivas;

f) 4 milhões é o total de dados cadastrados no sistema.

Para que essas ações do Instituto pudessem ter suas informações divulgadas, realizamos quatro eventos internacionais. Por meio deles, publicamos três revistas do Ipie, um livro sobre gestão e governança, uma cartilha de governança para as entidades esportivas (Lei 9.615/98), uma parceria com a Sou do Esporte, além de participar de inúmeros debates sobre o tema. É importante afirmar que esta base de dados já está sendo reconhecida, nacional e internacionalmente, por várias entidades esportivas, com grande parte destes dados disponíveis para a comunidade esportiva, como parte do compromisso do Ipie em disseminar o conhecimento adquirido.

Continuar essa catalogação de dados no sistema e acompanhar permanentemente o desenvolvimento dos atletas e das entidades esportivas serão essenciais para que o esporte brasileiro melhore sua eficiência na gestão, na governança e na performance dos atletas.

FERNANDO
Mezzadri



FERNANDO *Katarra*

Diretor de inovação

TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS NO ESPORTE

O esporte sempre foi utilizado como uma ferramenta de transformação e inclusão social, acompanhando todos os movimentos de desenvolvimento econômico, cultural e político. A sua prática sempre esteve ancorada nos hábitos e costumes de suas regiões e evoluiu acompanhando a sociedade.

Essa evolução vem se intensificando cada vez mais nos últimos anos e diversos segmentos do esporte foram impactados, desde o vestuário, adaptado aos atletas e suas performances, os dados, que viraram o centro das atenções, até as entidades esportivas, proporcionando novas e assertivas experiências e resultados.

Dentro do cenário de novas tendências, vislumbramos a transformação do ecossistema do esporte em quatro verticais: modalidade esportiva, atleta, fã e sociedade.

1- MODALIDADE ESPORTIVA:

Soluções com base tecnológica estão sendo utilizadas em prol do desenvolvimento do esporte, atuando na dinâmica, regra e resultado.

Exemplo disso está ocorrendo na utilização do Video Assistant Referee (VAR), no futebol e nos desafios de tênis e vôlei. Isso é possível por meio da IOT, popularmente conhecida como internet das coisas – objetos físicos que se comunicam aos softwares que processam os dados fornecidos pela internet.

Outro ponto de mudança está ocorrendo nas melhorias de equipamentos e ambientes que influenciam positivamente os resultados e diminuem as incidências de lesões corporais e desgastes físicos.

2 - ATLETA:

O atleta, profissional ou amador, cada vez mais tem recursos que o auxiliam em seus exercícios, seja no início, em sua preparação, durante a prática ou ao término. Atualmente, existem diversos aparelhos que nos auxiliam nesse processo, desde pulseiras, relógios ou coletes, sendo utilizados para captação dos dados gerados. Esses dados se conectam aos dispositivos nos fornecendo com precisão o quanto estamos atingindo as metas ou executando de maneira correta os exercícios.

3 - FÃ:

Figura central que consome o esporte, o fã é para quem deve ser construída a melhor experiência possível, física ou digital. Cada vez mais conhecer e engajar seu público se tornam necessário e fundamental. Entregar conteúdos direcionados, gameficar e compreender a jornada do espectador é o desafio das entidades esportivas. Esse processo de conhecimento do fã possibilita o incremento de soluções que entregam propostas valorizadas e consumidas por ele. Um bom exemplo disso são as ofertas de tokenização de fãs, novos geradores de receitas às entidades e senso de pertencimento aos adeptos, suportados pela tecnologia de blockchain.

A distribuição personalizada dos conteúdos e a utilização de multitelas oferecem experiências de acompanhamento dos eventos, únicas a eles, expandindo-as ainda mais quando utilizados os óculos de realidade aumentada e virtual.

4 - SOCIEDADE:

Eventos esportivos são pilares de testes de novas tendências tecnológicas a serem aplicadas, sendo as Olimpíadas um bom exemplo para isso. Em 1964, na cidade de Tóquio, foi lançado o trem-bala que, posteriormente, ganhou escala mundial. Em 2021, durante os jogos na mesma cidade, a robótica foi o centro das atenções, oferecendo segurança e apoio aos atletas, juntamente com a utilização de veículos autônomos em seus deslocamentos.

Sentiremos um avanço tecnológico maior com a implantação do 5G, impactando todas as áreas, ofertando mais velocidade e estabilidade para utilizarmos as novas tecnologias que estão chegando e sendo desenvolvidas pelo mercado.

Diante de todas as mudanças, nosso maior desafio é absorvê-las rapidamente e concomitantemente, pois somente com a evolução das quatro verticais é que aplicaremos o processo de transformação digital tão necessário ao esporte.

FERNANDO
Katarra



FRANCO
Silva

Presidente da Federação de Voleibol do Rio de Janeiro (Feverj)

A IMPORTÂNCIA DAS FEDERAÇÕES ESTADUAIS

É um prazer fazer parte do anuário da Sou do Esporte. Eu admiro muito o trabalho que é desenvolvido pela Fabiana e sua excelente equipe, em prol da evolução das entidades de administração esportiva no Brasil, e fico muito feliz por ter sido convidado para estar aqui.

Eu sou Franco Neto, atleta olímpico e bicampeão mundial de vôlei de praia. Sou natural de Fortaleza, no Ceará, mas em 2003 me mudei para o Rio de Janeiro. Nos últimos dez anos, venho me dedicando à gestão esportiva e, mais recentemente, à gestão pública. Fiz a transição de atleta para gestor em 2013 e busquei me especializar academicamente em ambas as áreas.

Nesse período, tive a oportunidade de trabalhar na Confederação Brasileira de Voleibol (CBV), durante cinco anos, o que me fez vivenciar na prática o funcionamento de uma entidade de grande porte, tanto no aspecto técnico como no político. Além disso, venho atuando na Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro (Alerj), como assessor parlamentar, outra experiência muito valiosa para mim, como crescimento profissional, uma vez que tem me proporcionado um entendimento cada vez maior sobre a dinâmica de funcionamento das organizações em geral.

Ao longo de minha experiência como atleta de alto rendimento, tive a oportunidade de participar de inúmeras competições, realizadas por organizações dos mais diversos tipos. Com isso, convivi com muitos dirigentes e pude acompanhar o processo de estruturação do vôlei de praia no País e no mundo, sob a ótica do atleta.

Ao encerrar minha carreira, procurei me capacitar academicamente na área de gestão, para observar as questões que envolvem o esporte de forma mais abrangente e sob diferentes prismas, além de conseguir compreender de forma mais detalhada o que recomendam as boas práticas de gestão e governança e como aplicá-las.

Todas essas experiências têm sido muito importantes nesta fase que estou vivendo. Agora, como presidente de uma federação estadual de voleibol, tenho procurado estabelecer diretrizes que direcionem as ações da entidade para caminhos que, ao longo da minha trajetória, pude perceber que deveriam ser adotadas para que o esporte fosse beneficiado.

Um dos pontos principais é o entendimento em relação à importância que as federações estaduais possuem no processo de estruturação e desenvolvimento do esporte nacional. Como vivemos em um sistema federativo, esses atores têm um

papel essencial para que essa engrenagem funcione adequadamente e se busque minimizar o grau de dependência que determinadas modalidades possuem em relação às entidades nacionais e ao Comitê Olímpico do Brasil (COB).

Na verdade, essas foram as principais motivações que fizeram com que eu topasse encarar o projeto de candidatura à Federação de Voleibol do Rio de Janeiro (Feverj), uma vez que eu vinha acompanhando o crescente descontentamento da comunidade do voleibol fluminense com a Feverj nas últimas décadas.

Eu fazia parte desses descontentes e resolvi mudar de posição. Deixei de apenas reclamar e decidi fazer algo prático para tentar mudar esse cenário.

Naturalmente que, sozinho, ninguém consegue realizar nada. Por isso, reunimos um time que considero de primeira linha. Um grupo que, além da experiência esportiva, tem qualificação na área de gestão esportiva e ligação com o voleibol carioca. Por que é importante a união desses aspectos? Porque já passou da hora de as entidades esportivas se adequarem ao que recomendam as boas práticas de gestão e governança. Não basta ser apaixonado pelo esporte, é preciso conhecer as ferramentas para realizar uma boa gestão e, principalmente, os instrumentos para se ter uma boa governança. E para isso é essencial, em primeiro lugar, que os dirigentes queiram dar esse passo em direção à transformação da entidade e, em segundo, que os mesmos tenham conhecimento sobre o assunto para que possam planejar as ações necessárias e para que possam executar os planos de ação de forma correta e eficaz.

E, nesse ponto, a Sou do Esporte tem contribuído de forma relevante para que as entidades promovam essa mudança interna de cultura e que passem, efetivamente, a contribuir para o desenvolvimento do esporte nacional, como deveriam fazer.

FRANCO
Silva



GEORGIOS *Stylianos*

Coordenador do MBA Executivo em Gestão e Marketing Esportivo,
da Trevisan Escola de Negócios

A IMPORTÂNCIA DO ESPORTE NA ESCOLA

Inicialmente, não devemos confundir o “esporte na escola” com a “educação física escolar”, que é uma disciplina obrigatória e tem diversos conteúdos curriculares, como brincadeiras, jogos, danças, ginástica, lutas, práticas corporais de aventura e, inclusive, o esporte, e que tem o objetivo de desenvolver diversas habilidades educativas, além de criar hábitos de vida saudáveis.

Muitos educadores afirmam que a escola não é um local para detectar talentos, fato que considero equivocado. A escola é o local ideal para detectar alunos com problemas, deficiências e dificuldades e procurar sanar isso. Também é o local de detectar os alunos com talentos nas diversas áreas (matemática, história, língua portuguesa) e no esporte, e encaminhá-los para desenvolver ainda mais esses talentos, podendo chegar, se quiserem, às medalhas olímpicas.

Destaco que o esporte na escola vai além das medalhas e vitórias esportivas. É um instrumento pedagógico tão importante quanto outras áreas do conhecimento, pois contribui significativamente para a formação social e intelectual dos alunos, possibilitando experiências práticas que exercitam a habilidade de se trabalhar em grupo e as habilidades individuais, podendo aumentar o rendimento escolar e contribuir para a formação do indivíduo. Pode e deve estar diretamente ligado ao bom desempenho em todas as disciplinas e boas notas como condição de participação, fazendo com que os alunos se dediquem mais aos estudos, além de facilitar a absorção de novos conhecimentos.

Desencadeia sensação de prazer, emoção, bem-estar e integração social, em que os alunos identificam o seu papel diante de uma realidade, aprendendo a conviver com os demais, respeitando os limites e diferenças, desenvolvendo valores como cumprimento de regras, liderança, capacidade de ajudar quem está precisando, tolerância, persistência, saber esperar a sua vez e lidar com vitórias e derrotas, pois os altos e baixos são parte de nossa vida. É uma maneira de demonstrar aos alunos a competitividade como algo positivo e sadio.

Desenvolve competências comunicativas, sociais e técnicas, ensinando na prática a lidar com as necessidades dos outros e também com as suas próprias, bem como o espírito de equipe, habilidade extremamente valorizada no mercado de trabalho.

Ajuda o aluno a compreender o trabalho em equipe desde cedo, mesmo nos esportes individuais, em que conta com o apoio do professor, que também demonstra a importância dos outros para o sucesso individual.

Quando bem desenvolvido, o esporte na escola traz saúde e combate o sedentarismo, melhora a postura e aumenta a consciência corporal, a imunidade e a resistência muscular, desenvolve a coordenação motora e o sistema cognitivo, melhorando o desempenho em todas as disciplinas. Auxilia no desenvolvimento cardiorrespiratório, na circulação sanguínea, oxigenação do cérebro, no combate ao estresse e à ansiedade e proporciona sensação de bem-estar. Permite ao aluno extravasar e aprender a lidar com diferentes sentimentos e sensações, gera bons exemplos, como superação dos limites individuais, comprometimento e persistência para enfrentar situações desafiadoras. Desperta o senso de responsabilidade, desejo de vitória, respeito aos adversários e às regras do jogo. Incentiva a autoestima, o autoconhecimento, a autonomia e a motivação.

Cria identidade e amor pelo nome de sua escola e equipes, estimulando a torcida e criando amizades para a vida toda, mesmo quando os alunos não seguem a carreira de atleta, mas criam hábitos de prática esportiva como forma de lazer e manutenção da saúde.

Cabe a nossos educadores, dirigentes escolares, políticos e pais: criarem normas e fornecerem os meios; cobrarem e valorizarem o esporte na escola e estimularem a promoção de competições esportivas internas entre as classes e de diversas modalidades esportivas, integrando com a comunidade e formando torcidas para envolver toda a família; formarem as seleções de suas escolas para disputarem eventos interestaduais; indicarem seus alunos para clubes e outros locais de aperfeiçoamento e treinamento esportivo, estimulando-os a seguir a carreira esportiva quando tiverem talento e interesse para tal.

Tenho a convicção de que, com essas atitudes, teremos cidadãos melhores, mais ativos, com grandes amizades, com histórias para a vida toda, com a emoção das conquistas e uma sociedade mais feliz, mesmo não sendo potência olímpica, mas, sim, potência em educação. Viva o esporte na escola!

GEORGIOS
Stylianou



ISABEL
Swan

Coordenadora da área Mulher no Esporte do Comitê Olímpico Brasileiro

MULHER NO ESPORTE

Ser mulher no esporte é resistência, é buscar evoluir e não se contentar com crenças que podem limitar e deixar que, muitas vezes, restrições sociais te impeçam de seguir um caminho especial, como se tornar uma atleta internacional que representa seu país. O lema que vemos para a mulher no esporte é o “deixa ela jogar, deixa ela decidir ser o que quiser!”. Por meio do esporte, aprendemos o quão fortes e capitãs de nossas vidas podemos ser. Vejo nas mulheres atletas uma força de verdade, uma força de vontade, que supera qualquer limitação que a vida possa ter imposto, especialmente as mulheres olímpicas – além das atletas, estendo esse ímpeto e “atrevimento” às treinadoras, árbitras e gestoras esportivas. Tem que ter coragem para seguir a vida no esporte.

Há cerca de 80 anos, tínhamos um decreto-lei que não permitia a prática esportiva entre as mulheres, pois apontava incompatibilidade da “natureza feminina” com os esportes. Essa restrição perdurou até 1979, cerca de 40 anos atrás. Muito recente. Essas medidas, sem dúvida, deixaram marcas em nossos imaginários, nos resultados esportivos e no engajamento de mais mulheres no esporte brasileiro.

A primeira mulher sul-americana a ir para uma edição dos Jogos Olímpicos foi a brasileira Maria Lenk, em 1932. Em Tóquio, 1964, tivemos a atleta que chegou mais perto de um pódio olímpico: Aída dos Santos, que, mesmo competindo sem uniforme e longe das mesmas condições da equipe masculina, conquistou o quarto lugar no salto em altura. Realmente, grandes pioneiras!

Depois de 32 anos da conquista de Aída, em 1996, as atletas brasileiras fizeram história e conseguiram as primeiras medalhas olímpicas femininas do Brasil. E isso foi há cerca de 25 anos. Ver o pódio com a bandeira do Brasil e ouvir o hino cantado pelas mulheres em Atlanta foi inspirador!

Nossas conquistas foram há pouco tempo e o potencial da mulher brasileira esportista é enorme. Temos muitas possibilidades de pioneirismo, quebra de recordes e, o mais importante, a possibilidade de impactar e desenvolver mais potências de transformação e igualdade. Quando uma mulher vence, ela influencia uma corrente de outras meninas a seguirem os mesmos passos. Isso é sororidade. Quanto mais dermos espaço para essas histórias ecoarem e repercutirem, mais meninas vão se sentir encorajadas a seguir e a enxergar o esporte como uma real oportunidade de carreira. Mas para isso é imprescindível termos um ambiente seguro, livre de discriminação, com inclusão e respeito. Preceitos básicos e fundamentais do olimpismo.

Em Tóquio 2020, tivemos várias pioneiras. Destaco: Rebeca Andrade, com a conquista de duas medalhas olímpicas inéditas, com uma história de superação, cirurgias e resiliência inspiradoras; Mayra Aguiar, como a única brasileira a conquistar três medalhas olímpicas em três edições diferentes dos Jogos; e a dupla Martine e Kahena, na vela, bicampeãs olímpicas que aumentam a quantidade de mulheres “douradas”. Todas tiveram uma referência, uma porta de entrada, como a Daiane dos Santos, campeã mundial com o duplo twist carpado, e a Ketlyen Quadros, primeira brasileira a conquistar uma medalha individual em Jogos Olímpicos.

O esporte ensina as principais ferramentas para a vida: a coragem de cair e levantar, de aprender com os erros, de se superar, respeitar seu adversário, ter disciplina, buscar o aperfeiçoamento e querer mais. Muitas vezes, a mulher tem dificuldade de ter o espaço garantido para o desenvolvimento de suas qualidades e conseguir gerar, finalmente, resultados. Às vezes, o ambiente não proporciona essa “inclusão”. Ele pode ser hostil ou desestimulante e acabar afastando as meninas do esporte. Quando a mulher desperta, passa a abrir o leque de possibilidades e a enxergar com “olhar de águia”, ao invés das lentes das limitações. Passa a se fortalecer com esse processo para ampliar horizontes. O empoderamento se enraíza e o resultado floresce. Como velejadora olímpica, aprendi algumas lições e hoje vejo como o esporte pode ajudar as meninas a “navegarem na vida”.

Para concluir, o esporte, para as mulheres de todas as idades, pode representar uma sala de aula dedicada a fomentar a autoconfiança, o tipo de confiança que vem com conquistas individuais e triunfos compartilhados. Assumi a coordenação da área da Mulher no Esporte do Comitê Olímpico do Brasil e minha função fundamental é buscar a garantia de espaço, de valorização, de voz, de capacitação, de decisão da mulher em um ambiente que é formado hoje, em sua maioria, por homens. Sigo navegando firme em prol de águas de equidade, confiança, performance e inclusão, por meio do esporte.

ISABEL
Swan



IVAN
Martinho

CEO da World Surf League (WSL) na América Latina

A ONDA DOURADA QUE VEM DO OUTRO LADO DO MUNDO

O ano de 2021 ficará marcado para sempre na história do surfe.

Os motivos para que tenha sido tão especial começaram em 2020, quando o mundo parou e as ondas ficaram saudosas dos surfistas, os eventos de surfe profissional foram cancelados e, justamente por esse motivo, tantas outras belezas desse esporte, que se confunde com um estilo de vida único e que é tão aspiracional, passaram a ser a forma que encontramos para seguir falando de surfe com nossos fãs, mas não somente aquele que acontece dentro da água.

Para se ter uma ideia do tamanho dessa indústria, o estudo da Global Industry Analytics, de junho de 2021, reporta que o surfe movimentou 2,7 bilhões de dólares em 2020, considerando apenas moda e equipamentos, com 65% desse valor relacionado a pranchas e acessórios e 35% a surfwear. Adicione aí viagens, licenciamentos, patrocínios, premiações, direitos de transmissão etc. Em um esporte de público predominantemente jovem, em que o tão desejado lifestyle vai além da prática esportiva propriamente dita, as estimativas apontam para um crescimento de pelo menos 2,6% ao ano até 2026.

Na era em que ter propósito tem muito mais valor que benefício funcional, mostramos em nossas plataformas que surfistas já cuidavam do meio ambiente e da praia muito antes da palavra sustentabilidade virar hype, que os benefícios de se conectar com a natureza, saber usufruí-la, mas acima de tudo respeitá-la é regra inegociável, que lugar de mulher é onde ela quiser, que torcemos para que seja na água, de preferência nas ondas e, se esse for o caso, estaremos lá, prestigiando e pagando premiação igualitária nos eventos.

Contamos também sobre o gosto por viagens, por se cuidar, pela apaixonante e eclética surf music, que vai bem a qualquer hora, batemos recordes de novos praticantes que, ao reavaliarem suas vidas em meio à triste pandemia, resolveram fazer algo diferente e desafiador que, em muitos casos, foi aprender a surfar. Mas não paramos por aí: fomos além, e com tudo isso e mais um pouco percebemos que a legião de apaixonados por essa modalidade é composta por praticantes e não praticantes do surfe, que se unem pela admiração a esse estilo de vida tão desejado e, especialmente no Brasil, pelo esporte mais vencedor e que mais orgulho nos deu nos últimos sete anos!

Os números da pesquisa Sponsorlink, do Ibope Repucom, dão conta de que existem 54 milhões de pessoas interessadas em surfe no Brasil, dentre as quais 25 milhões se declaram fãs. O interesse em tocar o coração de cada uma dessas pessoas

atraiu marcas, não só aquelas de surfwear, tradicionais apoiadoras do surfe profissional e dos atletas, mas especialmente as marcas não endêmicas, dos segmentos de bebidas, automotivo, telecomunicações, educação, saúde, bens de consumo e muitos outros.

O ano de 2021 marcou a volta das etapas do WSL Championship Tour; ano em que o surfe foi parar até no álbum de figurinhas; que tivemos recorde de espaço ocupado na mídia pela modalidade; ano da despedida do campeão mundial, Adriano de Souza; temporada em que o Brasil somou 11 entre 36 melhores atletas do mundo no masculino, que passaram a ser chamados de Seleção Brasileira, uma espécie de versão aprimorada do Brazilian Storm, que compete entre si mas que se diverte, torce junto e esteve presente em todas as finais de etapas; ano de estreia do WSL Finals, um formato novo, centrado no fã e na grande repercussão que isso pode ter; e, finalmente, o ano das Olimpíadas!

As Olimpíadas são o maior palco esportivo do mundo. Estar lá é desfrutar potencialmente da audiência de mais de três bilhões de pessoas interessadas em recordes, superação, disputas acirradas e muitas histórias. E se histórias emocionam, que tal a história do garoto que nasceu na Baía Formosa (RN), aprendeu a surfar numa tampa de isopor de caixa de peixe e se tornou campeão do mundo? E da surfista de Paracuru (CE), que morava num quiosque de praia com a família e com muito esforço e talento se tornou atleta olímpica com boas chances de medalha?

A parte mais animadora de tudo isso é saber que ainda temos muito por remar, que só com muito preparo, disciplina e união conseguiremos surfar ondas cada vez maiores, inspirar e abrir o canal para as novas gerações chegarem ao outside e continuar fazendo esse esporte viver dentro da cabeça de um número cada vez maior de fãs, mesmo quando eles estiverem bem longe do mar!

IVAN
Martinho

EM 2022 NOSSOS CRAQUES VÃO EM BUSCA
DO HEXA. E NÃO É SÓ NO FUTEBOL.

*Com 5 títulos mundiais e 12 atletas na elite em 2021
o Brasil é um dos maiores representantes da World Surf League.*





JOAQUIM
Monteiro

CEO do Sertões

BICENTENÁRIO DA INDEPENDÊNCIA: OPORTUNIDADE PARA CELEBRAR A BRASILIDADE

O Brasil é um destino sedutor que surpreende quem se aventura por ele. “Promover o que é nosso e fazer a diferença por onde passa” é a missão do Sertões e motivo de orgulho para quem trabalha e participa do evento. Primeiro, pelo lado econômico, o Sertões movimenta a economia local, deixando, aproximadamente, 1 milhão de reais por dia em cada cidade que nos recebe. Segundo, pelo impacto social que, por meio do Saúde e Alegria no Sertões (SAS), médicos voluntários levam medicina de qualidade e gratuita para regiões remotas e carentes, normalmente com Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) abaixo de 0,7, utilizando uma estrutura itinerante com capacidade até para fazer cirurgias.

Em 2022, o Sertões completa 30 anos. Pouquíssimos eventos têm essa longevidade, o que demonstra a satisfação de quem participa, organiza e patrocina. Aliás, os patrocinadores têm uma relação duradoura de parceria, como é o caso da Mitsubishi, há 18 anos no Sertões; da Honda, há 10 anos; da H.Stern, há 5 anos, dentre outros.

A razão de existir do evento é “revelar um Brasil que o próprio brasileiro não conhece”. Acreditamos que, após a pandemia, em função da alta do dólar e de restrições de viagens, o Brasil será ainda mais valorizado como destino turístico dos “brazucas”. Segundo dados do Banco Central, o brasileiro gasta, anualmente, cerca de 15 bilhões de dólares (85 bilhões de reais) em viagens internacionais. Imagine se parte desses recursos fossem gastos em viagens às nossas inúmeras belezas naturais, que nada deixam a desejar em relação a nenhum lugar do mundo... como esses recursos iriam ajudar as economias das pequenas cidades que foram drasticamente impactadas pela pandemia. O Sertões ajuda a enaltecer esses destinos com as imagens fascinantes do rally.

Dada a dimensão continental do nosso país, a cada ano promovemos uma região do Brasil e linkamos com uma data comemorativa, como é o caso de 2022, que irá celebrar o bicentenário da independência. Ao final de cada edição é comum escutarmos: “Como é que nunca ouvimos falar desse lugar antes?!”. O Jalapão é um dos exemplos, que passou a ficar conhecido e entrar no mapa de destinos turísticos após a passagem do rally.

O Sertões vai além de ser o maior rally das Américas, o projeto é sustentado por três pilares:

1. ESPORTE – uma competição de carros, motos e UTVs que tem como plano de fundo o Brasil. Um evento que sintetiza o nosso país. Nós nos arriscamos a dizer que somos uma espécie de “Tour de France” tropicalizado.

2. SOCIAL – leva atendimento médico gratuito a comunidades carentes na rota do rally. Cento e vinte mil pessoas já foram beneficiadas com esse programa, em 280 cidades e 21 estados.

3. TURISMO – em paralelo à competição, acontecem as expedições para aqueles que desejam se divertir sem competir. São expedições em que amigos e famílias vão com seus próprios 4x4 percorrendo os atrativos turísticos pela rota do rally.

O ano de 2022 será icônico para o Sertões, quando completamos 30 anos, junto com os 200 anos da independência do Brasil. Uma oportunidade única para celebrar! Para isso, faremos uma edição especial, que apelidamos de “Oiapoque ao Chuí”, passando pelas cinco regiões do País.

Com a evolução do Sertões, em conjunto com patrocinadores, estamos levando a poeira para o alto-mar e para o asfalto, realizando também competições de kite e ciclismo. Sabemos que os próximos anos serão desafiadores para o nosso país, mas gostamos de exercitar o orgulho de ser brasileiro e cada vez mais nos jogar nesse Brasil profundo. Dessa forma, convidamos você para vivenciar as raízes do seu país e ajudar quem mais precisa no sertão brasileiro. Há coisas que merecem ser vividas pelo menos uma vez. E o Sertões é uma delas. Estamos prontos para te receber.

JOAQUIM
Monteiro



JOÃO CAMPOS *Ferreira Filho*

Major brigadeiro do ar, diretor do Departamento
de Desporto Militar (DDM)

A CONTRIBUIÇÃO DO DESPORTO MILITAR PARA O BRASIL

Descrever a contribuição do desporto militar para o esporte nacional é adentrar em uma memória importante de conquistas das Forças Armadas e do País. A história do desporto militar no Brasil é revestida de pioneirismo e muitas lutas travadas no campo esportivo. Tudo começou no ano de 1858, quando a Marinha formalizou a prática de atividades físicas regulares na preparação militar (tiro, esgrima, vela e hipismo). Nesse cenário precursor, em 1915, um grupo de oficiais se reuniu para criar a Liga de Sports da Marinha.

Dando continuidade a essa disseminação do esporte, em 1922, foi criado o Centro Militar de Educação Física (CMEF), na Vila Militar, na cidade do Rio de Janeiro e, no ano de 1928, foi formada a primeira turma de militares e civis diplomados em educação física no Brasil. Os exemplos de militares que construíram a história do esporte nacional começaram a surgir e deram especial destaque ao desenvolvimento do desporto militar. Com o passar do tempo, a expressividade do desporto militar só se fortaleceu. Em 1933, foi criada a Escola de Educação Física do Exército (Esefex), tradicional organização de ensino, com relevante influência no cenário esportivo nacional.

A importância da história do desporto militar para o esporte nacional tem reflexos até hoje. Atualmente, o Departamento de Desporto Militar (DDM) é o setor do Ministério da Defesa responsável por coordenar e elaborar as políticas de desporto militar para as Forças Armadas. Para tal, o DDM trabalha com diversas ações, das quais destaco as vertentes do esporte de alto rendimento, por intermédio do Programa de Incorporação de Atletas de Alto Rendimento (Paar), e a da Inclusão Social pelo Esporte Escolar, que tem como público-alvo crianças em vulnerabilidade social.

O Programa de Incorporação de Atletas de Alto Rendimento das Forças Armadas é uma parceria entre o Ministério da Defesa e o Ministério da Cidadania, firmada em 2008, com o objetivo de fortalecer a equipe militar brasileira e cooperar com o desporto nacional de alto rendimento.

Nossos atletas têm à disposição todos os benefícios da carreira, remuneração mensal previsível, sistema de saúde das Forças Armadas, com direito à assistência médica e odontológica, incluindo nutricionista e fisioterapeuta, além de disporem de todas as instalações esportivas militares, adequadas para treinamento. Dentre os resultados mais expressivos do programa, podemos ressaltar, no ciclo militar, ou seja, aquele que compreende as edições dos Jogos Mundiais Militares, a 1ª colocação conquistada pelo Brasil, em 2011, no 5º Jogos Mundiais Militares, no Rio de Janeiro. Nos Jogos Mundiais da

Coreia do Sul, em 2015, o Brasil ficou em 2º lugar e nos Jogos Mundiais Militares da China, em 2019, classificou-se em 3º lugar, consolidando sua posição como potência desportiva militar mundial. Cabe citar que, antes da criação do Paar, em 2008, a melhor classificação do Brasil foi a 15ª posição (Índia-Hyderabad).

No ciclo olímpico, nos Jogos Olímpicos de 2016, o Paar foi responsável por 68% das medalhas brasileiras (13 das 19 medalhas) conquistadas, com 31% da delegação (145 dos 465 atletas). Em Tóquio, os atletas do Paar foram responsáveis por 8 das 21 medalhas nos Jogos Olímpicos e contribuíram para o Brasil alcançar a 12ª posição no quadro geral.

Na vertente social, o Programa Forças no Esporte (Profesp) se destina ao atendimento de crianças e adolescentes, preferencialmente em situação de vulnerabilidade social, de 6 a 18 anos de idade. Atualmente, há aproximadamente 30 mil beneficiados pelo programa, em 203 organizações militares parceiras, contando com atividades esportivas para promoção da cidadania, fortalecimento de valores, educação ambiental, direitos do cidadão, respeito aos símbolos nacionais etc. Esse programa promete ser um grande celeiro de atletas de alto rendimento, com a aplicação de testes de detecção de talentos e parcerias com o Comitê Olímpico do Brasil (COB), clubes e confederações.

Na mesma linha de ação, o desporto militar se orgulha do Projeto João do Pulo, extensão do Profesp. Ele é destinado ao atendimento de pessoas com deficiência, com prioridade para crianças, adolescentes e jovens, a partir dos 6 anos de idade. Atualmente, existem 378 pessoas com deficiência sendo atendidas pelo projeto, em 13 organizações militares parceiras, contando com equoterapia, esporte adaptado e ações socioinclusivas. Acredito no crescimento das atividades dos referidos programas sociais para que, por meio do esporte, tenhamos a possibilidade de contribuir para uma sociedade melhor. Por fim, reafirmo que o desporto militar está sempre atento às inovações e mudanças no âmbito do cenário esportivo nacional e internacional e, ainda, sempre pronto para contribuir com o desenvolvimento do esporte nacional. Desta forma, o desporto militar busca o reconhecimento, pelo amparo normativo legal, para cada vez mais estar inserido no esforço conjunto de transformar o Brasil em uma verdadeira nação esportiva.

JOÃO CAMPOS
Ferreira Filho



Daniel Dias
Homenageado Especial
Prêmio Sou do Esporte
2021

“O esporte fala
aos jovens
em uma linguagem
que eles entendem.”

Nelson Mandela



JOSÉ ANTONIO *Westphalen*

Diretor médico do Instituto Graefe de Oftalmologia de Curitiba
e chefe do Departamento de Oftalmologia do Hospital da
Cruz Vermelha Brasileira, filial Paraná

SPORTS VISION: A BUSCA DO ATLETA PERFEITO. UMA NOVA PERSPECTIVA DENTRO DA MEDICINA ESPORTIVA

A etimologia, origem da palavra visão, vem do latim visio, onis. É o sentido da vista, ação ou efeito de ver, capacidade de compreensão, assimilação e percepção visual de tudo que está presente no mundo exterior, concebido a partir da utilização dos olhos e do cérebro. Sports vision é uma especialidade na medicina do esporte, baseada na premissa de que para uma ótima performance atlética é necessário um excelente sistema visual. O conceito sports vision foi desenvolvido para garantir e maximizar a melhor acuidade visual de atletas, independentemente do seu nível e da prática esportiva por eles exercida. É buscar agilidade visual, habilidade de entender e reagir àquilo que ele está vendo e que pode ser desenvolvido e aperfeiçoado. A visão é um dos mais importantes componentes da performance do atleta, sendo responsável por 85% da nossa percepção de mundo.

Dados estatísticos em pesquisas sobre visão no esporte, em Jogos Olímpicos, mostram que os atletas que ganharam medalhas foram os com melhores sistemas visuais. Exceções, contudo, existem, estando mais relacionadas ao tipo de modalidade esportiva. É o caso da nadadora canadense, Maggie MacNeil, número um do mundo nos 100 metros borboleta, ganhadora da medalha de ouro nas Olimpíadas de Tóquio 2020. Ela, como portadora de miopia, tem receio de usar lentes de contato para nadar ou mesmo usar a graduação nos seus óculos de natação para corrigir a sua dificuldade visual de longe. Já outros atletas melhoraram sensivelmente seus índices a partir da correção visual e um destes, Stephen Curry, jogador de basquete do Golden State Warriors, considerado o maior arremessador da NBA e maior pontuador de três pontos da história dos playoffs da competição, bateu seu próprio recorde a partir do momento que descobriu e corrigiu seu problema ocular.

No Brasil, já são muitos os atletas que têm se beneficiado dessa nova área da medicina esportiva, mas ainda pouco conhecida por aqui. A oftalmologia aplicada ao esporte participa de maneira a propor a busca e solução para o melhor aproveitamento da relação olhos-cérebro-prática.

A maximização da acuidade visual é um dos maiores fatores de ganho para a melhora das habilidades de entender e reagir àquilo que o atleta está vendo. Motilidade ocular, estereopsia, visualização, coordenação visomotora, flexibilidade de visão

e visão periférica são algumas das habilidades visuais treináveis na busca de um nível mais dinâmico de performance do atleta, promovendo melhor reflexo, antecipação e controle de seus movimentos.

Em 1982, Stine e colaboradores sugeriram três proposições: (1) atletas possuem uma habilidade visual melhor que o público em geral; (2) as habilidades visuais são treináveis; (3) o treinamento visual é transferível para a performance atlética. Como oftalmologistas ligados ao esporte, temos o objetivo de buscar a máxima acuidade visual com a melhor sensibilidade ao contraste. Devemos, por meio de um exame oftalmológico completo, definir virtudes e fraquezas visuais do atleta, familiarizando-o com todos os tipos de correção visual, se necessário, como óculos, goggles, lentes de contato ou cirurgia refrativa, informando aos atletas as vantagens e desvantagens do tipo de correção adequada à sua prática esportiva, dando-lhes a segurança na busca dos seus melhores índices.

Temos ainda um grande campo a ser preenchido na busca do “atleta perfeito”, seja por meio de melhorias em técnicas de treinamento, nutrição, mentalização ou governança, mas também pela melhoria da capacidade visual de cada um. Ideias inovadoras na medicina esportiva ou nas diversas indústrias ligadas ao esporte podem e devem beneficiar todos os envolvidos no processo de desenvolvimento do atleta.

O incentivo à prática esportiva, tanto para crianças e adultos, sejam amadores ou profissionais, buscando novos talentos, passa por uma medicina de alta complexidade. Logo, não podemos negligenciar um simples “exame de vista”. O sistema visual pode ser treinado a responder mais rapidamente a certos estímulos, por meio de técnicas e exercícios apropriados. É importante a avaliação e o acompanhamento do atleta pelo oftalmologista, desde o início da prática esportiva, para investigar e manter um programa de triagem para problemas visuais, possibilitando sua correção e tratamento, como forma de incentivo e segurança pessoal, e o seguimento com especialistas no treino das habilidades cognitivas visuais ou sports vision, para aperfeiçoar o desempenho visual. Podemos, sim, afirmar que a visão é a porta de entrada dos estímulos que irão formar os futuros atletas.

JOSÉ ANTONIO
Westphalen



KALLEL
Brandão

Kallel Brandão, presidente da Federação Universitária
Paulista de Esportes (Fupe)

O ESPORTE UNIVERSITÁRIO NO BRASIL

O esporte universitário no Brasil é excepcional. Gigante! Uma ferramenta importante no fomento à atividade física, na vivência das manifestações esportivas, na integração entre jovens, na permanência estudantil e na formação integral do estudante de ensino superior. É também uma das principais formas de ingresso, para atletas de baixa renda, na graduação, com bolsas de estudo que garantem possibilidades de atuação profissional para além da carreira esportiva.

Esse cenário pode parecer utópico a olhares leigos, ou viciados com as referências e comparações ao esporte universitário do Canadá, EUA e Europa Ocidental. Entretanto, ele é muito mais real no Brasil do que se supõe. Precisamos superar uma visão parcial que estabelece um paralelo entre o College estadunidense e o modelo brasileiro, e que deixa de lado as inúmeras qualidades que nosso esporte universitário possui.

O esporte universitário brasileiro sustenta-se com números impressionantes, mas ainda é pouco reconhecido. E esse processo de reconhecimento passa pela participação ativa de mais Instituições de Ensino Superior (IES); pelo apoio das diferentes esferas do poder público; pelo espaço na mídia; e pelos investimentos da iniciativa privada. Ele se manifesta em, pelo menos, duas grandes vertentes, com características distintas e, em alguns pontos, complementares. Uma riqueza que, de fato, só existe no Brasil e que precisa cada vez mais ser referendada e legitimada.

Temos o esporte universitário de participação com um caráter lúdico, formativo e competitivo. Ele está presente em diversos campi do País, fomentado por programas de extensão e, principalmente, pelas Associações Atléticas Acadêmicas (AAA), em que a participação discente é preponderante. Essa vertente garante a massificação da prática, constrói espaços de lazer, contribui com a formação integral do indivíduo, promove a iniciação tardia e garante bons resultados na saúde e na permanência estudantil.

No estado de São Paulo, para se ter uma ideia, mais de 100 AAA participam dos eventos da Federação Universitária Paulista de Esportes (Fupe). Há ainda cerca de outras 150 entidades que participam constantemente de ligas e organizações regionais, sobretudo no interior, além daquelas que possuem participações pontuais em torneios ou estão em processo de formação. Estima-se em mais de 500 o total de organizações do gênero.

As AAA, com diferentes modalidades, movimentam até 100 mil estudantes, configurando-se como importante incentivo à prática de atividades físicas na população entre 18 e 30 anos. Também influenciam na difusão dos diferentes esportes, já que o praticante tende a se tornar um espectador e consumidor da modalidade e continuar a consumir o conteúdo após a formação universitária. O surgimento de um robusto nicho de mercado, com a confecção de produtos personalizados, realização de grandes eventos esportivos e de integração também deve ser considerado. São os recursos gerados por esse mercado que sustentam essa vertente do esporte universitário.

Esse contexto de mercado torna as AAA importantes incubadoras de novos profissionais, que com a experiência prática desenvolvem o espírito empreendedor, a experiência em liderança, a inovação e a formação integral do profissional, qualidades extremamente valorizadas no cenário atual do mundo do trabalho.

Do outro lado, há também o esporte universitário ligado ao médio e alto rendimento, encabeçado pelas IES, que cumprem com o papel de abrir as portas da universidade aos atletas, garantindo assim formação acadêmica em paralelo à carreira esportiva. Em São Paulo, a Unip, o Mackenzie, a UniSant'Anna e a Univeritas-UNG representam cases de sucesso de programas de incentivo ao esporte, com aproximadamente 2.000 atletas beneficiados com bolsas de estudo. Muitos atletas que estiveram nas Olimpíadas de Tóquio 2020 são ou foram bolsistas dessas IES.

Dados da Confederação Brasileira do Desporto Universitário (CBDU), entidade máxima do esporte universitário no Brasil, mostram que 53% das 19 medalhas obtidas pelo Brasil nas Olimpíadas Rio 2016 foram de atletas que passaram pelo esporte universitário. Os Jogos Universitários Brasileiros, principal competição do País e organizado anualmente pela CBDU, movimentou, em 2019, mais de 6.000 atletas em suas fases nacionais. Em São Paulo, a Fupe envolve anualmente, pelo menos, 4.000 atletas durante a temporada.

Em suma, as AAA fomentam a prática de atividades físicas e as IES, com seus programas de bolsas de estudo, garantem o acesso dos atletas de alto rendimento ao ensino superior. Dessa forma, o esporte universitário precisa ser reconhecido como uma política pública perene e um mercado consumidor com alto potencial para as empresas.

KALLEL
Brandão



LEANDRO *Mazzei*

Presidente da Associação Brasileira de
Gestão do Esporte (Abragesp), gestão 2019-2021

FORMAÇÃO ACADÊMICA EM GESTÃO ESPORTIVA NO BRASIL

A formação profissional é um processo com características complexas, sem uma definição ou possibilidades únicas, cuja variedade de perspectivas de aprendizagens transitam por diversas experiências/histórias de vida, ambientes sociais, sistemas educacionais, atuações laborais, dentre outros. Ao mesmo tempo, a gestão do esporte necessita cada vez mais de conhecimentos oriundos das ciências do esporte e da administração. Desta forma, quais as opções no sistema educacional para formação de gestores esportivos no Brasil?

Um levantamento realizado em 2019, no Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior – Cadastro e-MEC, do Ministério da Educação do Brasil (<https://emec.mec.gov.br/>), foram identificados 915 cursos de bacharelado em educação física no País. Importante mencionar que os cursos de bacharelado devem contemplar 3.200 horas. Em alguns levantamentos, estima-se que a maioria desses cursos possuem uma ou duas disciplinas relacionada à gestão do esporte (o que não há em outros cursos), o que seriam, aproximadamente, de 120 a 180 horas de todo o curso.

No mesmo levantamento, identificou-se a existência de 50 cursos de tecnólogo em gestão desportiva e lazer. Os cursos de tecnólogos são de nível superior, que duram de dois a três anos e possuem como foco a formação de profissionais em um segmento específico. Entretanto, ainda são incipientes as informações sobre a inserção no mercado de trabalho dos egressos destes cursos.

Para além dos cursos de graduação, foram identificados em 2021, no e-MEC, 153 cursos de pós-graduação lato sensu (especializações de no mínimo 360 horas), com foco em gestão do esporte no Brasil. Estes tipos de cursos com especializações, talvez, sejam o aprofundamento teórico-científico para a formação profissional de gestores esportivos, sem esquecer a necessidade de experiências práticas.

Sobre cursos de mestrado e doutorado (pós-graduação stricto sensu), não há no Brasil programas específicos em gestão do esporte. Até houve uma iniciativa, entre 2012 e 2016, mas o que é comum no País são docentes alocados, principalmente, em programas de pós-graduação em educação física, que orientam alunos, pesquisam e se dedicam ao desenvolvimento da área de conhecimento “gestão do esporte”. Potências esportivas são o exemplo claro de que a pesquisa científica aplicada ao esporte compõe um conjunto de fatores que explicam um melhor desenvolvimento esportivo. Para Carl Sagan, a ciência confere poder a qualquer um que se der ao trabalho de aprendê-la; ela se nutre do livre intercâmbio de ideias;

seus valores são opostos ao sigilo; a ciência é um meio de desmascarar aqueles que apenas fingem conhecer; ela fornece a correção de nossos erros no meio do caminho.

Por fim, além de cursos de graduação e pós-graduação, temos a existência, no Brasil (o que também é uma tendência global), de cursos corporativos, que são oferecidos por associações, federações, confederações esportivas e até pelo Comitê Olímpico Brasileiro (COB). Esses cursos, geralmente, possuem como foco a capacitação/reciclagem de gestores que já atuam no mercado, além de melhorarem a qualidade da gestão de algum segmento específico.

Concluindo, sobre a formação (acadêmica) em gestão esportiva no Brasil, não temos um padrão. Temos indícios de que se dá muito valor apenas a gestores com experiências práticas, o que não é suficiente para se atender a algumas demandas, visando a uma boa gestão esportiva. Deveríamos focar em gestores com uma formação multidisciplinar, valorizando experiências práticas sim, mas também envolvendo o embasamento teórico e científico. Esse parece ser o foco para os jovens gestores esportivos que buscarão oportunidades e para gestores que estiverem dispostos a uma educação continuada.

Sobre as possibilidades de oportunidades para jovens e gestores com melhor capacitação, temos que refletir se o que tivemos até agora no esporte brasileiro foi suficiente e se todo o potencial esportivo do Brasil está sendo alcançado. A resposta e a reflexão são com vocês.

LEANDRO
Mazzei



LUKAS
Malter

CEO e idealizador da startup Beyond Digital Sports (BDS)

REGIONALIZAÇÃO É CRUCIAL PARA AMADURECER E DEMOCRATIZAR O MERCADO GAMER NACIONAL

Minha paixão pelos games começou ainda criança. Nos últimos cinco anos, pelo menos, sofri as dores de tentar empreender neste setor, em Salvador. Os acertos e, sobretudo, os erros me ensinaram muito! Tentei ser equipe de eSports, tendo investido em uma game house e até em um game office, mas os projetos não duraram muito tempo. O mesmo aconteceu quando arrisquei ser sócio de uma academia em estádio de futebol, com foco na competição. Veio a desafiadora pandemia e não consegui alinhar com os sócios da época uma transição para o digital, que sabia ser a estratégia para sobreviver num cenário de incertezas.

Foi neste cenário de “sofrimento” que surgiu um projeto mais ousado e desafiador, que é a Beyond Digital Sports (BDS). Convenci meu pai, Waldo DRK Souza, profissional experiente em TI, marketing, big data, varejo e finanças, a ser meu sócio e conselheiro e apostar na ideia de que podemos estruturar um ecossistema em Salvador e exportar esse modelo, com forte viés social, para outras cidades e até mesmo países.

Por força da pandemia, e por ser uma característica do mundo gamer, nascemos com um forte DNA digital. Promovemos conteúdos nas redes sociais que são compatíveis, em qualidade, com o que vemos nas emissoras de TV, no mercado publicitário e nas plataformas de streaming. Nossas mentorias vêm cumprindo o papel de divulgar e capacitar diversas profissões que atuam neste mercado cada vez mais exigente.

Com a abertura em breve das unidades da BDS Academy, nossa operação se potencializa como um centro híbrido de entretenimento, eSports e educação. Estamos empenhados em ajudar a capacitar jovens para trabalharem com criatividade e objetividade, para atender as marcas endêmicas e não endêmicas, pois elas estão sempre em busca de entregas bem realizadas, mensuradas e alinhadas com seus propósitos, metas e demandas do público gamer.

Por este compromisso de fomentar o ecossistema, a atuação da BDS como startup abrange as principais atividades do mercado. Somente com as Shotcups, torneios digitais e gratuitos, a BDS já distribuiu mais de 60 mil reais em premiações para equipes amadoras, que reuniram cerca de 2.500 jogadores em oito meses de operação. Nosso entendimento é

que precisamos criar uma rotina para atletas e clubes em âmbito regional, com foco em desempenho, cronograma de treinos, saúde física e mental de todos os profissionais envolvidos, produção de conteúdo, postura na comunicação e entendimento comercial das atividades.

Só assim as principais publishers, donas dos games e principal motor do mercado, os grandes torneios e suas marcas parceiras vão prospectar novas ideias e jovens talentos para, desta maneira, oxigenar o mercado, gerando e descentralizando oportunidades e investimentos.

Pesquisas de mercado como a Zordon 2021 mostram que existe viabilidade para eventos competitivos e não competitivos gratuitos ou mais acessíveis ao público de menor poder aquisitivo, tanto nas capitais quanto em regiões hoje “invisíveis”. As marcas já começaram a compreender que este mercado gamer tem potencial para abraçar desde o jovem de comunidade carente até o adulto com renda acima da média.

Outro sinal inequívoco de como este mercado pode ser mais inclusivo é o crescimento exponencial dos games gratuitos (45% dos gamers no Brasil) e de mobile (tablets e smartphones). Em nosso país, mais de 40% dos gamers jogam diariamente em seus celulares, e a maioria são mulheres. Os dados são da Pesquisa Game Brasil (PGB, 2021).

As marcas e o mercado publicitário devem enxergar cada vez mais os games e os eSports como plataformas eficientes de marketing. A capacidade de inovação é um dos fatores deste crescimento gigantesco no mundo. E o Brasil pode ter uma participação mais efetiva pelo potencial e pela criatividade de seus jogadores e profissionais.

LUKAS
Walter



Luísa
Parente

Secretária Nacional da Autoridade Brasileira de Controle de Dopagem (ABCD)

#JOGOLIMPO: A POLÍTICA UNIVERSAL NO ESPORTE

Um lema e um tema, cuja adesão é a maior de todas as convenções da Unesco, desde 2005, somada às mais de 500 organizações esportivas governamentais e antidopagem, signatárias do código e de normativas internacionais junto à Agência Mundial Antidopagem (AMA-Wada), desde 1999.

Assim, a política universal antidopagem é assunto indissociável ao esporte, com impacto e consequências nas mais diversas esferas e dimensões desde sempre, ou desde o primeiro caso oficial de doping na era moderna, com óbito do atleta no Tour de France, em 1960.

O doping, ou “dopagem”, é contrário ao espírito esportivo, como reza o princípio do programa internacional e, tal como a corrupção, é um elemento a ser combatido e vencido, a fim de permitir o pleno potencial de desempenho e resultados, de forma ética e saudável pela integridade no esporte. A missão de controlar a dopagem e erradicá-la é crítica e difícil, se não, utópica, acima de tudo, porque envolve gente. E gente se forja com base em valores, tal qual as sociedades se estabelecem e se desenvolvem e consolidam hábitos e costumes. Como construir e consolidar o esporte limpo em uma sociedade?

Atualmente, para a AMA, a prevenção por meio de informação e educação é a grande diretriz a ser implementada por todos os signatários, de modo que os valores do esporte sejam a fonte primária de formação e desenvolvimento dos atletas e pessoal de apoio, incluindo aqueles mais próximos, como pais e mães.

A Autoridade Brasileira de Controle de Dopagem (ABCD), única e exclusiva organização antidopagem do Brasil, lidera e coordena o sistema brasileiro antidopagem, que também integra a Justiça Antidopagem (JAD) e o Laboratório Brasileiro Antidopagem (LBCD). Todos os órgãos com independência institucional e operacional e que, por esta razão, desenvolvem plenamente as atividades antidopagem da forma mais técnica e científica possível. Comprometida com a transparência, a ABCD distribui, mensalmente, à Rede Brasileira Antidopagem, o Boletim ABCD, dentre outras inúmeras ações previstas em seu Plano Educacional 2021.

Mas ninguém está imune à ameaça da dopagem. E de quem é a responsabilidade do #JOGOLIMPO, afinal? A integridade no esporte é o seu maior valor e cabe a todos – organizações e governos, atletas, treinadores, médicos e familiares – lutar, combater e garantir o esporte livre de dopagem. Por isso, e em conformidade com a Unesco, foi criado, em 2020, o Fórum

Brasileiro Antidopagem, que congrega os principais entes com atuação, interesse e responsabilidades no tema, ampliando a discussão e unindo esforços e recursos.

Nem sempre a dopagem reside no organismo ou na conduta individual do atleta. Outras pessoas podem ter igual ou maior responsabilidade sobre o tema e, por isso, são previstas, hoje, no código brasileiro antidopagem, 11 violações à regra, das quais algumas são típicas ou exclusivamente de terceiros envolvidos e não do atleta. Em qualquer caso de uma possível violação, tem-se o processo de gestão de resultados até o julgamento final, respeitados o devido processo legal e o amplo direito de defesa, independentemente da sanção aplicada.

O impacto da dopagem é real e as consequências têm seu custo, não se restringindo ao sancionado. Isso nos remete àquele sucesso sertanejo, ícone universitário que diz: “Ninguém vai sofrer sozinho, todo mundo vai sofrer”. O atleta sancionado tem perdas significativas de resultado e medalha, financeiras, socioemocionais, dentre outras. Tal situação gera, ainda, implacável e imediato prejuízo ao atleta adversário, aquele que também disputou, porém, de maneira “limpa”. Buscando reparar tamanha injustiça, foi criado – pela Comissão de Atletas do Comitê Olímpico Internacional – o Programa de Realocação de Medalhas, em que atletas “merecedores” são premiados (ainda que tardiamente), após criterioso processo de avaliação, com as medalhas com as quais um dia sonharam.

A caminhada esportiva é, para alguns, apenas uma parte da jornada da vida. Os desafios não são menores nem mais fáceis de serem superados, requerendo a mesma perseverança e firmeza empregadas no dia a dia. Ao final, podem tornar a vida melhor ou pior, a depender da tomada de decisão feita durante as etapas, os treinamentos e competições. Por isso, a escolha de hoje (e sempre) deve ser o #JOGOLIMPO.

Fontes: https://www.usada.org/wp-content/uploads/ONDCP-2021-WADA-Report-to-congress_Final.pdf e www.abcd.gov.br

LUISA
Parente



LUIZ AUGUSTO *Bruno*

Gestor esportivo

GESTÃO DE INSTALAÇÕES ESPORTIVAS

Cada vez mais tenho me aprofundado no tema “gestão de instalações esportivas”. Durante o curso do Barça Innovation Hub, pude compreender o processo de transformação desses equipamentos, conhecer suas histórias e como foram projetados. Agora, convido você a conhecer as principais evoluções que ocorreram ao longo dos anos nessas construções. Uma análise que servirá de base para uma visão futura, que indicará novas mudanças como consequência do processo de modernização e transformação da sociedade.

O estádio Panathinaikó, construído para os jogos das Panateneias, no século IV a.C., e reconstruído para receber os Jogos Olímpicos, em 1896, é a nossa maior referência. Dois aspectos merecem destaque: (i) um dos primeiros estádios com financiamento privado; (ii) sua forma estreita e alargada finalizada em formato de ferradura. A arquibancada com ambos os lados frente a frente, próximos um do outro, permitia um ambiente com uma atmosfera intimista. Além disso, a configuração em um único anel, como uma superfície de bancada ampla e contínua, proporcionava aspecto intimidador para os rivais. Depois, Roma assume o protagonismo. O Coliseu é o precursor evidente por sua anatomia se assemelhar aos estádios atuais. Desta instalação destaco: (i) forma oval com arena no centro; (ii) financiamento público; (iii) arquibancada fechada, com acesso por meio de corredores que distribuem os espectadores nos lugares; (iv) ocupação segmentada por nível social; (v) ângulo de visão 100% desobstruído, de todos os lugares; (vi) galerias debaixo das arquibancadas para a logística dos gladiadores e animais; (vii); localização urbana e próximo a edifícios relevantes.

O primeiro estádio indoor surgiu em 1965, em Houston. Além da cobertura fixa, o estádio Astrodome apresentou um gramado artificial e arquibancada móvel, possibilitando o uso compartilhado. Também incorporou os primeiros palcos VIPs e cadeiras individuais na arquibancada. Em 1973, surge nos EUA a primeira venda de naming rights, outorgando os direitos da designação do estádio a marcas comerciais. Nos anos 80, a NBA adotou o conceito hospitalidade e lugares premium com a inauguração do Palace at Auburn Hill, em Detroit. A partir daí, a linha de negócio de lugares premium é consolidada nas quatro principais ligas norte-americanas, introduzindo o modelo de fan experience com mais serviços e maior conforto ao espectador.

Novos padrões do mercado exigiram formas de se manter a fidelidade dos torcedores, para que o nível de receitas se mantivesse viável com as construções de instalações esportivas com serviços de lazer e entretenimento, agregando valor à experiência de assistir ao jogo/evento. O show business do modelo norte-americano, liderado pelos ballparks, fica marcado

pelo aumento dos lugares premium, alimentação, ativação de patrocinadores e inclusão dos telões gigantes. Na Amsterdam Arena, do Ajax, aparece a primeira cobertura retrátil, além do primeiro modelo de negócio para os dias sem jogo, com lojas do clube e tour pelo estádio. Alguns estádios europeus contam, inclusive, com hotéis e restaurantes entre os seus serviços, como é o caso do Stamford Bridge, em Chelsea Village. Nos anos 2000, o estádio da Luz e o estádio do Dragão apresentaram projetos com áreas comerciais integradas e uma proposta premium bem acima dos padrões.

A tendência atual do mercado, quase obrigatória, é de contar com instalações que gerem receita para a sua viabilidade, não sendo mais aceitáveis recursos públicos para manter os empreendimentos em condição de uso, dada a necessidade do planejamento e de profissionais qualificados. O crescimento da indústria registrou um grande aumento nos últimos anos, sendo difundido por todo o planeta em três eixos: (i) serviço de atendimento ao cliente; (ii) a experiência de lazer e entretenimento; (iii) conectividade. É muito importante ter a perspectiva à evolução e ao desenvolvimento do mercado e do investimento necessário, focando em instalações flexíveis e sustentáveis para evitar excessivo dimensionamento, não obtendo a rentabilização no período previsto.

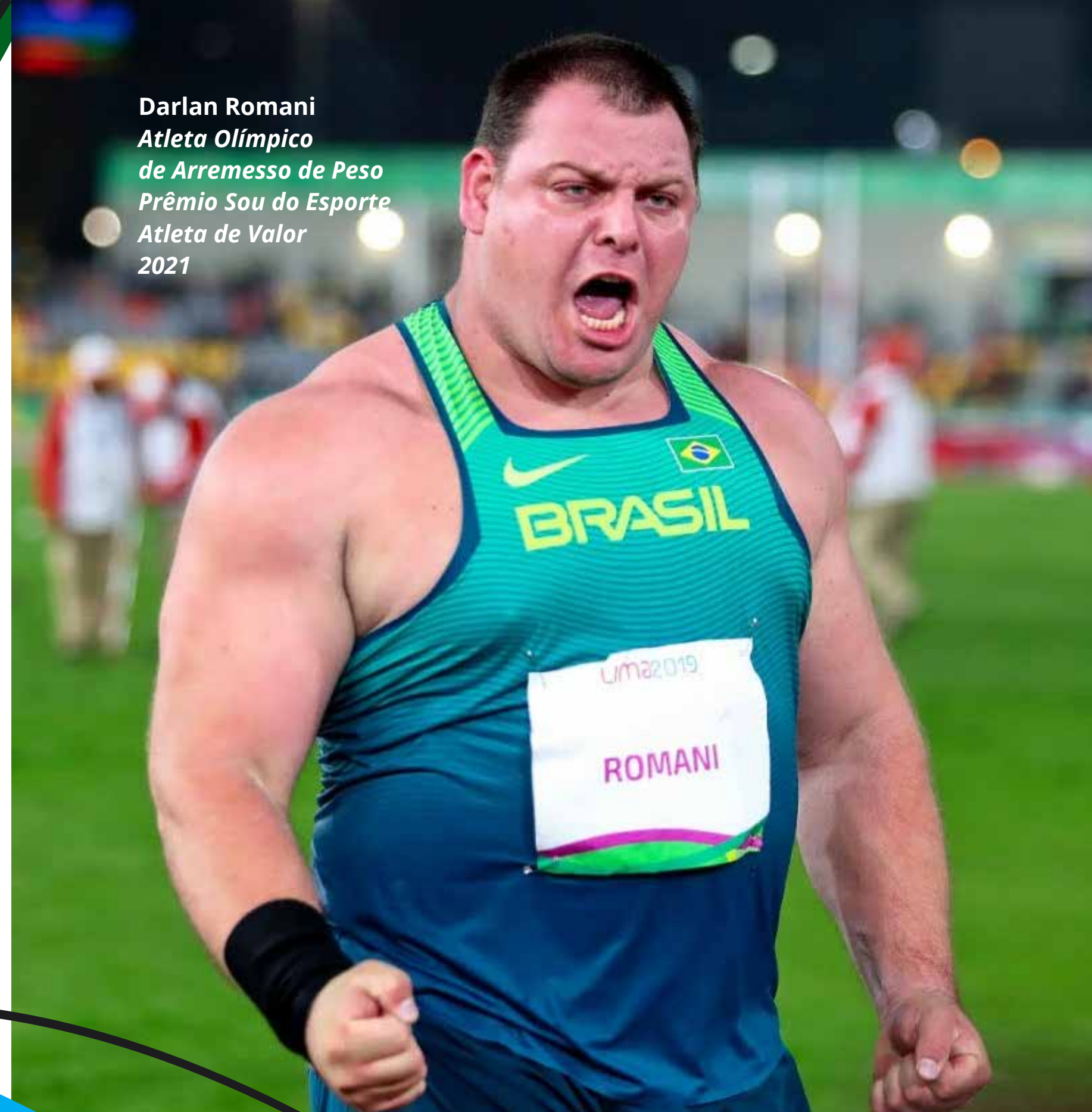
Com as atuais exigências do mercado, torna-se obrigatória a elaboração do plano estratégico e de negócios da instalação. O plano estratégico define os procedimentos que os proprietários devem adotar para atingir os objetivos propostos. A elaboração deste proporcionará uma visão global e da posição que esta instalação se encontra, analisando as possibilidades de êxito em função dos pontos fortes e fracos do projeto, além de estabelecer as estratégias a seguir para atingir as metas. Dessa forma, é indispensável o processo de profissionalização dos gestores de instalação esportiva, com métodos e técnicas empresariais para entender as demandas e necessidades, considerando toda a sua complexidade.

LUIZ AUGUSTO
Bruno

“O esporte
pode criar
esperança
onde antes
havia apenas
desespero.”

Nelson Mandela

Darlan Romani
*Atleta Olímpico
de Arremesso de Peso
Prêmio Sou do Esporte
Atleta de Valor
2021*





manoela
Kenna

Diretora de Comunicação e Marketing COB 2018-2021

O COB COMO PLATAFORMA DE MARKETING PARA A INICIATIVA PRIVADA

Os Jogos Olímpicos de Tóquio, em 2021, foram um marco para o movimento olímpico do Brasil, em todos os sentidos. Se muito se celebrou a grande performance dos atletas – com o recorde de 21 medalhas conquistadas – e o sucesso no combate à Covid-19 – com zero casos da doença na delegação brasileira –, há também muito o que se comentar quanto ao fortalecimento da imagem do Comitê Olímpico do Brasil (COB) e seu uso como plataforma de ativação de marketing. E, é claro, está tudo interligado.

Ao propor uma reaproximação do mercado e um trabalho de (re)construção reputacional forte, ao trazer os atletas para a linha de frente das conversas sobre o esporte olímpico e dividir com as confederações a responsabilidade pela amplificação das mensagens, o COB deu sinais claros à iniciativa privada de que era, mais do que nunca, um ótimo negócio.

Novas empresas puderam começar a sonhar e se aproximar desse fantástico mundo olímpico, graças (também) ao adiamento dos jogos de 2020, o que deu mais tempo para amadurecer negociações e, sobretudo, mais necessidade às marcas de se relacionarem com o público de forma humana, emocional e empática. De novo, ponto para o COB.

Com a chegada de “sangue novo no pedaço” e o peito aberto do COB para acolher novas ideias em nome de uma evolução na relação patrocinado-patrocinador, abriu-se mais ainda o leque de oportunidades para que a plataforma olímpica no Brasil pudesse, de fato, ser usada a serviço do objetivo de negócio das marcas. Cada uma a seu jeito, com sua linguagem, personalidade e tempo respeitados.

Em que pesem as restrições presenciais impostas pela pandemia, o que se viu em termos de entregas de visibilidade e relacionamento para as empresas foi significativo. Mais do que ter sua logo estampada aqui e acolá, foi possível transformar o desafio em criatividade para levar os parceiros comerciais do COB para dentro da jornada do atleta e se apropriar da conversa com o público, por meio do universo digital, conferindo intimidade na troca de mensagens, provocando interação com os fãs e, assim, jogando luz sobre as marcas parceiras do movimento olímpico brasileiro, principalmente, pelo inovador Canal Olímpico do Brasil.

Se o COB encerrou os jogos sendo o comitê olímpico nacional com maior crescimento e maior engajamento nas redes em todo o mundo (dados publicados pela Associação de Comitês Olímpicos Nacionais), isso, sem dúvida, respinga

positivamente em seus patrocinadores e abre para eles um leque de oportunidades de relacionamento com o público, quase que “olho no olho” e com muita consistência. Quando o Canal Olímpico do Brasil produziu milhares de horas de conteúdo exclusivo, dando visibilidade às marcas, isso garantiu uma participação ativa dos patrocinadores no dia a dia dos jogos, mostrando legitimidade e relevância na relação. E, sim, quando as empresas parceiras figuraram entre as mais comentadas e percebidas durante os 15 dias olímpicos, isso pode ser considerado também uma medalha!

manoela
Kenna



MARCIA
Costa

Diretora geral do Rio Open

RIO OPEN, A HISTÓRIA DE UM EVENTO COM ALMA

Ainda hoje me lembro da emoção que senti quando anunciamos, em 2013, que estávamos trazendo um evento desse calibre para o Rio de Janeiro. O primeiro e único ATP 500 da América do Sul, inserindo o Rio no seletor clube dos grandes torneios de tênis do mundo.

Definimos de forma clara os nossos principais objetivos e propósitos.

Qualidade: queríamos ser reconhecidos como um evento com alto padrão de qualidade. A qualidade deveria estar presente em cada uma de nossas ações e iniciativas.

Um evento não somente para fãs do tênis: definimos também que queríamos fazer um evento que fosse “além das quadras”, incluindo outros públicos além dos aficionados por tênis. Obviamente, o esporte será sempre nossa espinha dorsal, mas o objetivo sempre foi criar uma atmosfera, proporcionar uma experiência completa de entretenimento para o público, com variedade de atrações. Em resumo, fazer do Rio Open um ponto de encontro.

Destino turístico para o Rio de Janeiro: o Rio Open é um ativo importante para o Rio. Gera empregos, renda, atrai um turismo qualificado e projeta a imagem da cidade de forma positiva para mais de 130 países. Atrair uma parcela relevante do público de fora do Rio para o evento sempre foi um dos nossos objetivos para ajudar a impulsionar a economia da cidade.

Fazer o bem: a gente não sabia o que fazer ainda em 2013, mas já tínhamos a motivação e a consciência da importância de criar e apoiar projetos/iniciativas que gerassem benefícios para a sociedade e transformassem as pessoas por meio do esporte, reforçando valores do mesmo. O debate sobre ESG (environmental, social and governance) ainda engatinhava no País, mas isso sempre esteve presente no nosso DNA.

Tênis, tênis, tênis: amamos tênis. Queremos dar a nossa contribuição para o desenvolvimento do tênis no Brasil. A estratégia do evento vem levando em consideração esses objetivos, ano a ano.

O Rio Open está em constante evolução e aperfeiçoamento. Em 2020, celebramos a sua sétima edição, podendo afirmar, hoje, que ele se tornou um festival de entretenimento. Além dos jogos de altíssimo nível nas quadras, quem vai hoje ao Jockey pode usufruir de uma área de gastronomia com chefs renomados, atrações musicais, praça Rio Open, Espaço Arte

e o Leblon Boulevard, espaço onde as marcas interagem com o público e que nos surpreendem todos os anos com a qualidade das ativações, sempre em busca de inovação.

O Rio Open proporciona uma experiência inesquecível, mas queremos mais do que isso. Fazer o bem sempre esteve no nosso DNA. Hoje, nossa plataforma de projetos sociais, o Rio Open Ace, já conta com a participação de mais de 700 crianças e jovens em projetos sociais apoiados pelo Rio Open e pelo Núcleo Esportivo Rio Open (Nero), voltado para jovens de escolas do município do Rio de Janeiro. Isso é motivo de orgulho e motivação para toda a equipe que trabalha no evento. O pilar ambiental também está ganhando cada vez mais importância no torneio. No Rio Open Green, são concentradas todas as iniciativas que têm como objetivo minimizar o impacto ambiental com a realização da competição.

Em 2020, nós nos tornamos um evento carbono neutro, compensando todas as emissões de CO2 geradas pelo torneio. Ano que vem se inicia um novo ciclo do Rio Open. Com ele, teremos ainda maior ênfase às questões relacionadas ao meio ambiente e ao social. Com atitudes responsáveis e sustentáveis em nosso evento, queremos inspirar as pessoas e motivá-las a contribuir para a transformação do mundo em que vivemos.

MARCIA
GASZ



APRESENTA

RIO OPEN

ATP
500

A EMOÇÃO ESTÁ DE VOLTA.

12 A 20 FEVEREIRO

JOCKEY CLUB BRASILEIRO

Adrenalina, paixão e experiências únicas. O esporte proporciona momentos inesquecíveis e estar presente no Rio Open é fazer parte da história do maior torneio de tênis da América do Sul. Compre seu ingresso e venha curtir um evento de padrão internacional, que vai além da emoção do tênis, com gastronomia, arte e quadra central com a vista mais linda do mundo.

Claro

Santander

HDI
SEGUROS

MUBADALA

Emirates

betway



ENGIE

FILA

PETRA

[B]

Ingressos:
eventim

Parceiro de Mídia:
sportv

Promoção:
IMM

Realização:
Rio

Apoio:
Rio

Secretaria de
Esportes, Lazer
e Juventude

GOVERNO DO ESTADO
RIO DE JANEIRO

SECRETARIA ESPECIAL DO
ESPORTE

MINISTÉRIO DA
CIDADANIA

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Classificação etária: Livre. Menores de 14 anos acompanhados dos responsáveis. Este evento requer autorizações específicas. Consulte o site rioopen.com/torneio e acompanhe a atualização sobre a expedição de alvarás relacionados ao evento. Venda limitada a 4 ingressos por sessão e 22 ingressos por CPF.



INGRESSOS | RIOOPEN.COM



MARCIA *Gintora*

Consultora da F1

LIÇÕES DE TÓQUIO 2020

Definitivamente, os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 foram os mais atípicos da era moderna. Muitos questionaram a falta de sensatez em manter um evento deste porte e complexidade em meio a uma pandemia tão grave como a da Covid-19. O Comitê Olímpico Internacional (COI) foi duramente criticado por se manter firme na decisão de apenas adiar os Jogos em um ano. A população local estava preocupada, nada engajada e houve enorme pressão pelo cancelamento em definitivo. Nos meses que antecederiam à cerimônia de abertura, tudo levava a crer que os Jogos seriam um fracasso retumbante, que manchariam a reputação de Tóquio.

Havia no ar uma sensação de praga amaldiçoada. Em 1940, Tóquio havia sido escolhida como sede dos Jogos Olímpicos, quando houve o cancelamento total em virtude da Segunda Guerra Mundial. E, novamente perplexos, os japoneses se viram diante do impasse: cancelar ou adiar? Não foram momentos fáceis para atletas, patrocinadores, autoridades, comitês olímpicos de todo o mundo e autoridades locais. Qualquer que fosse a decisão, eram muitos os aspectos a considerar e prejuízos incalculáveis a serem contabilizados. Não havia saída fácil.

Grupos políticos de oposição ao governo, de olho nas eleições e ansiosos por medidas populistas, aproveitaram-se para um posicionamento duro contra a realização, amparados pelo índice alto de rejeição dos próprios japoneses. A mídia local acirrou os ânimos e os japoneses, que normalmente já não gostam de nada que fuja à rotina, não viam com bons olhos a invasão de turistas que só iriam contribuir para uma disseminação ainda maior do novo coronavírus. Para contornar a situação, o primeiro-ministro decidiu banir o público das competições, causando de imediato um abalo nas finanças dos organizadores, que têm na bilheteria uma relevante fonte de receita. Houve muita tensão.

Os desafios chegaram de todos os lados. A preparação dos atletas já havia sido prejudicada por falta de condições de treinamento e cancelamento de eventos classificatórios. Patrocinadores não podiam se beneficiar dos investimentos realizados, pois não havia mais como levar convidados nem implementar as ações de marketing planejadas. Produtos licenciados ficaram encalhados devido à total ausência de visitantes, os grandes consumidores de produtos oficiais. Hotéis e prestadores de serviços sofreram cancelamentos e amargaram prejuízos de grande monta. Toda a tecnologia de ponta que seria apresentada pela indústria japonesa perdeu o sentido. Era, sem dúvida alguma, um cenário bem sombrio.

Uma vez iniciado o evento, no entanto, o jogo virou. Os atletas japoneses começaram a conquistar medalhas, houve um crescente apoio popular e o humor mudou por completo. O nervosismo e a tensão deram lugar à esperança, ao orgulho e à emoção. Afinal, 205 países participavam de um megaevento, o mais complexo do ponto de vista de logística, em meio a uma crise sanitária sem precedentes. Praticamente, um milagre. E a tecnologia acabou tendo um importante papel, conectando atletas a suas famílias e fãs, promovendo uma comunicação calorosa logo após cada competição, acrescentando muita emoção a tudo que estava sendo vivenciado ali. Foi uma celebração diferente, sem dúvida, mas havia alegria contida ali. Em meio a tantas más notícias, o simples fato de terem conseguido colocar tudo de pé foi um alento muito bem-vindo.

Ao fim e ao cabo, os Jogos Olímpicos de Tóquio 2020 foram memoráveis, embora por motivos bem distintos dos inicialmente imaginados. Sem contar com discussões importantes sobre saúde mental de atletas (como esquecer a Simone Biles?) e cyberbullying nas redes sociais. Houve também muita solidariedade, demonstrada das mais diversas formas e vinda de toda parte do planeta.

Ao final dos Jogos, o presidente do COI, Thomas Bach, achou por bem alterar o lema olímpico, adaptando-o aos novos e desafiadores tempos. Desde o século 19, o lema dizia “Citius, altius, fortius”, que significa “Mais rápido, mais alto, mais forte”. A partir de 2021, o lema passou a ser “Citius, altius, fortius – communis”. Ou seja, “Mais rápido, mais alto, mais forte – juntos”. Essa alteração teve por objetivo destacar a grande necessidade por solidariedade, em tempos tão difíceis. Essa, sem dúvida, foi a grande lição de Tóquio para toda a humanidade. É preciso exercitar permanentemente a solidariedade e a empatia, não só para cuidar dos nossos doentes e superar os traumas causados pela terrível pandemia, mas, sobretudo, porque o trabalho colaborativo produz resultados melhores e mais rápidos. Que possamos extrair e, principalmente, praticar os ensinamentos e sair desta experiência mais fortes e vencedores. É a grande contribuição do espírito olímpico neste século.

MARCIA
Gintora



MARIANA
Miné

CEO da Confederação Brasileira de Rugby (CBRu)

YARAS E O RUGBY COMO PLATAFORMA DE EMPODERAMENTO FEMININO

O rugby é mais que um esporte, é um estilo de vida – a modalidade envolve e contagia uma comunidade fervorosa, que vive a sua essência com intensidade. Nós, da comunidade rugbier, orgulhamo-nos de praticar e consumir o esporte que é considerado um dos mais inclusivos e buscamos disseminar seus valores para construir um mundo do qual nos orgulhamos. Mas existem os rótulos criados a partir de uma observação superficial. Muitas pessoas que não conhecem a modalidade associam o rugby à força, ao contato físico e, por consequência, à masculinidade.

Entretanto, os resultados da seleção feminina brasileira de sevens servem para mostrar que mulheres jogam rugby sim, e muito bem! As Yaras, como são chamadas, colecionam resultados muito expressivos em campo. São 18 títulos sul-americanos, duas participações em Jogos Olímpicos e uma medalha de bronze nos Jogos Pan-Americanos de 2015. As Yaras têm grande expressão no cenário internacional. Mas o rugby feminino brasileiro sonha ainda mais alto, com aspirações que vão muito além dos objetivos de alto rendimento. A Confederação Brasileira de Rugby (CBRu) busca criar uma cultura transgeracional de rugby feminino, Brasil afora, e o sucesso e a força das Yaras é o mote inspirador desse projeto.

Em maio de 2021, em parceria com nosso patrocinador máster, Bradesco, lançamos a nova identidade visual das Yaras. Ao colocar o símbolo dessas guerreiras na camisa oficial da seleção, o projeto faz reverência à força e ao empreendedorismo do rugby e da mulher brasileira, além de trazer um signo identitário criado por elas.

Para entender essa história, precisamos voltar no tempo, especificamente em 2012, quando a CBRu definiu o apelido “Tupis” para as seleções brasileiras de rugby. As meninas da seleção brasileira da época não se sentiram representadas pelo Tupi, entendiam ser uma figura masculina, e iniciaram uma busca por identidade. Sob a liderança da Marjorie Enya, então manager da seleção e atual membro do conselho de administração da confederação e da World Rugby, o time chega à lenda da Yara, uma guerreira indígena tupi-guarani. O apelido foi incorporado pelo grupo e abraçado pela comunidade e CBRu. Ao longo de diversas gerações, as atletas foram além: contrataram a criação de uma logo das Yaras, empreenderam com uma linha de roupas esportivas e iniciaram a venda dessas peças, com o valor arrecadado revertido para o grupo.

Voltando a 2021, junto com a nova identidade estampada na camisa oficial da seleção feminina, foi lançado um vídeo manifesto que inspirou e inspira muita gente em todo o Brasil. O texto é escrito pelas próprias atletas, traduz o sentimento de coletividade das várias gerações de rugbiers do Brasil e é narrado pela ex-atleta, lenda das Yaras, Beatriz “Baby” Futuro.

Guerreiras, empreendedoras, campeãs, as Yaras inspiram meninas e mulheres a irem além do estereótipo de gênero, a ressignificar a sua relação com o corpo e a encontrar força na coletividade. Outras ações também reforçam o rugby como plataforma de empoderamento. Exemplo disso é o Nina Rugby, um projeto de desenvolvimento de base do rugby feminino brasileiro, idealizado por líderes expressivas da comunidade rugbier, como a primeira capitã das Yaras, Maria Mikaella. Ele foca no aumento da base de atletas e do jogo entre meninas, criando mais referências femininas para o rugby e impulsionando a formação de agentes de mudança no esporte e na vida. Esse cenário surge no contexto de uma entidade esportiva, a CBRu, que é exemplo em igualdade de gênero. Uma das poucas no esporte com uma CEO mulher, 50% da primeira linha de liderança feminina, 38% de mulheres no conselho de administração e, pelo menos, 30% de representatividade nos órgãos colegiados.

Temos na World Rugby, entidade máxima da modalidade no mundo, uma aliada muito forte e estratégica para desenvolver o rugby feminino. A entidade está trabalhando para construir um cenário onde as mulheres envolvidas no rugby tenham equidade dentro e fora do campo, algo refletido em todas as estratégias, planos e estruturas. Os torneios femininos aumentaram em tamanho e relevância globalmente. Líderes femininas na modalidade são fortalecidas e mais atletas, árbitras, treinadoras e fãs são atraídas para o ecossistema do rugby.

Vale uma reflexão importante: pesquisas demonstram que as mulheres que praticaram esportes tiveram suas carreiras impulsionadas ao aprenderem e exercitarem soft skills, habilidades comportamentais baseadas na inteligência emocional – como resiliência, colaboração e liderança. Segundo dados da pesquisa “Por que uma atleta mulher deve ser sua próxima líder”, da Ernst Young, em parceria com a ESPNW1, 94% das mulheres em cargos executivos sênior, nos Estados Unidos, já se engajaram em algum esporte. Nesse sentido, o esporte é uma poderosa plataforma de equidade de gênero e empoderamento de meninas e mulheres. O rugby brasileiro está fazendo a sua parte e convida todos a se juntarem a nós nessa jornada tão necessária.

1“Why a female athlete should be your next leader”, pesquisa da EY, em parceria com a ESPNW. Disponível em: https://www.ey.com/en_gl/athlete-programs/why-female-athletes-should-be-your-next-leader

MARIANA
Miné



MARINA Franchitella

Consultora em operações de estádios

a essência da gestão de estádios

Nenhum conceito decorado seria suficiente para explicar a essência da gestão de estádios. Palco de inúmeras lembranças saudosas que marcam não só a história do esporte brasileiro, mas também a memória dos apaixonados por essa modalidade, é difícil traduzir em palavras a adrenalina sentida ao ouvir o apito do juiz, o canto das torcidas e a vibração de um estádio repleto de torcedores.

Minha narrativa se baseia na vivência de mais de 15 anos colocando em prática todo conhecimento teórico adquirido ao longo do tempo. Versarei sobre estratégias que entendi serem essenciais no trabalho dos bastidores, as quais podem ser curiosas aos olhos do torcedor, mas essenciais à profissionalização do esporte. Conhecer o ambiente, explorar os espaços físicos da instalação e observar a dinâmica dos fluxos, identificando o modelo de negócio vigente, isto é, quem é o dono de que, se o estádio é público, privado ou parceria público-privada (PPP) é, sem dúvida, o primeiro passo.

O diagnóstico do cenário acima nos leva ao passo subsequente, o qual guarda relação direta com a performance da gestão, ou seja, a definição de indicadores que retratem as condições de manutenção e operação do estádio, assegurando, o máximo possível, uma instalação sustentável e um espetáculo seguro e com qualidade. Já dizia Deming, “não se gerencia o que não se mede”.

Para além de estratégias balizadas em um viés mais prático, quando falamos da gestão de estádios não devemos nos esquecer de que estamos falando em milhares de indivíduos: de torcedores e executores a políticos. Identificar os diferentes players envolvidos, muito além dos 90 minutos de jogo, e compreender que gerenciar um estádio é também gerenciar pessoas, o que implica atender a diferentes propósitos, dos mais nobres aos menos republicanos, é um aprendizado que ganha muita relevância quando olhamos a operação sob o espectro da diplomacia.

Conduzir relações e conflitos interpessoais de modo pacífico perante diferentes situações e comportamentos, transitando pelas entropias veladas, com o mínimo de danos, é quase instinto de sobrevivência nesse meio. Afinal, “a cultura devora a estratégia no café da manhã”, como sabiamente foi dito por Peter Drucker. Minha persistência e resiliência nesse ambiente me possibilitaram exercer diferentes funções, dos cargos mais operacionais até o nível executivo, e, posso assegurar, na prática, uma boa estratégia de comunicação, com a máxima interoperabilidade possível é, a um só tempo, o maior desafio e a melhor solução.

As crises que gerenciei me deram a oportunidade de importantes aprendizados. Um estádio é, em si mesmo, inanimado, as pessoas que o frequentam são quem, de fato, conferem vida a ele. E, nesse sentido, saber ouvir é tão ou mais importante de que falar. A escuta ponderada favorece a informação tempestiva, impactando a assertividade da tomada de decisão e evitando o desgaste e as complicações da prática da “rádio corredor”, isto é, do fluxo desordenado e inconsequente de se repassar adiante informações que não fazem eco na realidade, ou até mesmo de meros boatos infundados.

Outro aprendizado de grande valia é compreender que, nesse ambiente, tudo é muito dinâmico e volátil. Portanto, a velocidade de adaptação é fundamental, ainda que adaptar-se às condições não significa deixar de ser quem se é. Nesse sentido, aconselho que se aproveite das pequenas adversidades do dia a dia para praticar a serenidade interior, preparando-se para os desafios maiores que virão.... e pode apostar, eles virão. Afinal, não somos gestores de final de semana. Somos gestores e treinamos nossas virtudes todos os dias, por meio de pequenas ações.

A escola do futebol, se assim posso dizer, ensina que é preciso ceder e que há valores que não são negociáveis. A coerência entre meu discurso e minha conduta me propiciou solidez para chegar até aqui. Leve consigo dois grandes deveres: o de deixar o trabalho melhor do que o encontrou e o de sair do outro lado mais humano do que entrou. Coloque intenção e siga seu propósito. Onde há vontade há um caminho e não se esqueça de se divertir, porque essencial também é ser feliz.

MARINA
Tranchitella



MARTA
Gomes

Mestre em Educação Física / Ciências Sociais

VALORES NO ESPORTE E PROJETOS SOCIAIS

Os projetos esportivos não formais, desenvolvidos por órgãos públicos federais, estados, municípios e ONGs, proliferaram-se com os mais variados objetivos e metodologias, a partir da segunda metade dos anos 1990. Estes projetos, com algumas exceções, embora contemplando em seus objetivos a formação para a cidadania, têm bases muito difusas e sem avaliação institucional qualitativa sobre os efeitos das ações. São raros aqueles que enfatizam valores e apresentam diretrizes teórico-metodológicas.

Há um duplo movimento entre valores que se refletem no esporte e têm no esporte seu aporte de reprodução social; e valores que são criados ou transformados entre os agentes sociais, interagindo nas práticas esportivas. Parto do pressuposto que existem os valores do esporte e os valores no esporte, construídos subjetivamente nas práticas cotidianas de pessoas e grupos que atribuem significados particulares às suas práticas. Assim, objetivo indicar, sinteticamente, importantes pressupostos para a implantação de projetos de valores no esporte.

BASE 1 – Organicidade: considerar o esporte como um fenômeno de manifestação sociocultural, não reduzido a uma “coisa em si”. A definição dos valores deve considerar o ponto de vista dos atores presentes na instituição, como uma construção orgânica: professores, alunos, pais e cuidadores, funcionários, coordenação, equipe multidisciplinar, traduzindo como o fenômeno é visto e vivido, o seu próprio ecossistema.

BASE 2 – Identidade: a participação ativa na definição dos valores pilares do projeto permite a construção de um componente afetivo e de adesão ao projeto. A identidade é a qualidade que permite que vários integrantes de um mesmo projeto ou instituição possuam sentimento de pertencimento que os aproximem por uma razão ou prática.

BASE 3 – Compreensão do processo antes da compreensão dos meios: os agentes de campo precisam compreender como os valores são formados, apropriados e reproduzidos socialmente; como é possível promover a reflexão sobre esse contexto, possibilitar rupturas, desenvolver o pensamento crítico a autônomo.

BASE 4 – Unidade e convergência: criar uma cultura institucional de valores em que todo o espaço institucional seja tomado por um sentimento, vivência e memória. A metodologia deve atingir a instituição como um todo, convergindo as ações em todos os espaços físicos e simbólicos, com comunicação visual, uso das redes sociais, em eventos, com a participação ativa de todos da equipe.

BASE 5 – Largo espectro de métodos: deve-se visar atingir diferentes objetivos e capacidades por meio da utilização de um largo espectro de métodos, privilegiando os métodos produtivos (solução de problemas, a partir de modelos centrados nos alunos). A compreensão das noções piagetianas de heteronomia e autonomia é central para desenvolver valores baseados na reflexão.

BASE 6 – Uso de tecnologias educacionais: na época da quarta revolução industrial, as ferramentas tecnológicas ocupam espaço privilegiado, sendo um caminho sem volta a qualquer processo de ensino-aprendizagem . Tais recursos, que jamais serão substitutos da prática físico-esportiva, devem ser vistos como grandes aliados ao ensino de valores .

BASE 7 – Indicadores qualitativos de avaliação: para a avaliação dos valores, é preciso estabelecer situações específicas, atitudes e comportamentos observáveis para avaliar a compreensão cognitiva, atitudinal e procedimental dos valores propostos pelo projeto. Os valores precisam deixar de ser parte do currículo oculto, ocupando lugar de destaque no planejamento.

O minucioso diagnóstico sobre o espaço social facilita a entrada e a participação dos proponentes do projeto e exercita intimamente valores, como a empatia. Valorizar as qualidades individuais e institucionais já existentes ajuda a compor o conjunto de conhecimentos necessários para a ação de qualidade. Dessa forma, a participação ativa da comunidade escolar no projeto deve ser central, desde a implantação, o desenvolvimento até a avaliação.

REFERÊNCIAS:

DACOSTA, L., MIRAGAYA, A., TURINI, M., GOMES, M. Manual Valores do Esporte, Sesi Fundamentos. Brasília: Sesi/DN. 2007.
GOMES, M. Olympic education: sameness versus otherness in multicultural approaches. In: L. Da Costa. Olympic Studies - Current Intellectual Crossroads. Rio de Janeiro: Editora Gama Filho. 2002.
GOMES, M.; TURINI, M. Projetos esportivos de inclusão social – PIS – crianças e jovens. In: Atlas do Esporte no Brasil (pp. 602-611). Rio de Janeiro: Shape Editora. 2005.
GOMES, M.; TURINI, M. A maré que transforma minhas aulas que multiplicam valores. Rio de Janeiro: Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID); Secretaria de Esportes e Lazer do Município do Rio de Janeiro. 2017.
GOMES, M; TURINI, M. Esporte e tecnologia na quarta revolução industrial: o lugar da ética em busca de valores. In: A. Miragaya, L. DaCosta, M. Turini; M. Gomes. Tecnologia, inovações e startups no sport (pp. 31-48). Rio de Janeiro: Ciência Moderna. 2020.
GOMES, M. Esporte e pandemia da Covid-19: a educação olímpica no cenário das incertezas. In: N. Todt, A. Miragaya, L. DaCosta. Reinventando o esporte e os jogos olímpicos após Covid-19: retorno a Pierre de Coubertin = Reinventing sport and olympic games after Covid-19: return to Pierre de Coubertin (pp. 110-118). Rio de Janeiro: eMuseu do Esporte. 2020.

MARTA
GOMES



mauro
Silva

Vice-Presidente da Federação Paulista de Futebol (FPF)
e tetracampeão mundial

GESTÃO COM PROPÓSITO

Ao longo dos quase 20 anos como jogador de futebol, vi de perto o potencial que o esporte tem de transformar vidas. Joguei somente em três times – algo considerado incomum em um mercado de constantes ebulições –, mas em cada um dos projetos que tive a honra de fazer parte pude perceber objetivos em comum, que ultrapassavam os interesses individuais das organizações.

Desde o início, em 1986, no Guarani, seguido de três temporadas no Bragantino e 13 anos no Deportivo de La Coruña (Espanha), onde me aposentei em 2005, encontrei um olhar sistêmico dos clubes. A premissa geral representava algo que considero fundamental: o esporte é uma poderosa plataforma de educação e de conscientização e pode contribuir de forma significativa com o desenvolvimento individual de cada pessoa e da sociedade como um todo.

Conciliar o futebol com os estudos é mérito de minha mãe e dos valores familiares que ela me passou. Aliás, essa formação foi uma condição inegociável para que eu seguisse meu caminho no campo, quando jovem. Por outro lado, ter a oportunidade de estudar em instituições de referência, de me conectar com pessoas de outras indústrias e de descobrir o mundo que existe para além dos gramados ocorreu graças ao entendimento e a importância dada pelos clubes onde joguei. Abriu a minha cabeça e reforçou os princípios que sempre acreditei.

Hoje, minha atuação na Federação Paulista de Futebol (FPF) passa pela certeza de que nós, gestores, temos uma grande responsabilidade quando se trata de causar um impacto positivo na sociedade. Existe uma noção de legado e de propósito que dá norte a esse desejo de construir algo melhor para as próximas gerações. E, constantemente, uma busca pelo equilíbrio entre o que é próspero, sustentável, inclusivo e com diversidade.

Falando em potencial, o Brasil carrega o fardo de ser uma nação repleta de talentos, mas tomada pelo rótulo da desigualdade social e falta de oportunidades. Mais do que nunca, é preciso que os gestores, de todas as esferas, atuem de modo a estimular a formação de planos, programas e propostas que transformem essa realidade e causem uma influência positiva. Pensando nessa indústria esportiva, e do futebol, especificamente, temos muito a crescer e evoluir. Sou otimista como alguém que acorda todos os dias se perguntando: o que posso fazer hoje para contribuir com o amanhã? Diálogos, debates, pesquisas e uma escuta ativa têm sido um caminho rotineiro. É preciso contemplar visões plurais e aprofundar o conhecimento nos temas mais relevantes, sempre de olho naquela visão holística, que vai muito além dos interesses exclusivos de cada indivíduo ou entidade.

Avivência na Europa me mostrou o quanto os clubes, federações, ligas e instituições esportivas entendem a responsabilidade que carregam junto à sociedade. E como usar o esporte e a visibilidade que o acompanha como ferramentas para discutir causas sensíveis a todos: racismo, homofobia, discriminação de gênero, feminicídio...

Na FPF, oportunizar a pluralidade e trazer essas discussões para dentro da federação são um trabalho diário. É natural que qualquer organização esteja preocupada em gerar riquezas, prosperidade, postos de trabalho, mas fato é que esse processo pode e deve acontecer em paralelo à atenção com causas sociais.

Como sempre digo, o futebol está inserido na sociedade. Não basta buscarmos soluções somente nos esportes, precisamos pensar no Brasil como um todo, investir na formação, na educação, e pensar em políticas públicas que combatam a desigualdade.

Devo tudo ao futebol e acredito que meu trabalho hoje, na FPF, ajuda a retribuir um pouco. Como diz o escritor Peter Drucker, “sucesso é ser útil”. E é com essa mentalidade de contribuir que encontro minha motivação. Por fim, um outro mantra diário que me acompanha desde os anos de atleta e que espero que você, caro leitor, possa se identificar de alguma forma: “eu não era o melhor do meu time, mas eu fazia de tudo para que o meu time fosse o melhor”.

mauro
Silva



mizael
Corrado

Presidente do Comitê Paralímpico Brasileiro

RESULTADO E INCLUSÃO: MUDANÇA NA LÓGICA DO ESPORTE PARALÍMPICO

Este é o momento de celebrar um ciclo que foi o mais desafiador de toda a nossa história. Ciclo que, no Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB), iniciou-se com uma mudança na lógica do desenvolvimento do esporte paralímpico no Brasil. Em 2017, nós formulamos o nosso planejamento estratégico e trouxemos para o centro do nosso plano a inclusão da pessoa com deficiência na sociedade.

Estabelecemos a missão do CPB como a promoção do esporte paralímpico, da iniciação ao alto rendimento, e a inclusão da pessoa com deficiência na sociedade. Abrimos um amplo leque de programas para transformar em realidade cada ponto do planejamento estratégico. O Programa de Educação Paralímpica na escola tem como meta capacitar, pelo menos, 100 mil professores de educação física até 2025. Até setembro de 2021, alcançamos a marca de 31.312 professores da rede pública capacitados. Esse projeto cresceu a tal ponto que, hoje, atende a diversas áreas de capacitação esportiva paralímpica.

Criamos o Centro de Formação Paralímpica, que já atende, aproximadamente, 700 crianças em São Paulo e está sendo levado a todos os centros de referência paralímpica do CPB. A partir de 2022, vamos contar com 22 unidades desses centros em todas as regiões do Brasil. No ciclo 2017-2020, criamos também o Festival Paralímpico, quando atendemos, só a título de ilustração, 10.226 crianças em 70 cidades do País, na última edição realizada antes da pandemia do novo coronavírus, em 2019. Já o Programa Atleta Cidadão garante uma transição de carreira aos nossos atletas.

Nosso grande desafio, desde a confecção do planejamento estratégico em 2017, foi como mudar a lógica do esporte paralímpico e, ao mesmo tempo, continuar dando grandes resultados esportivos ao País. E o trabalho foi duro. Os principais guerreiros, que são os atletas, compraram essa briga e, em meio a toda essa mudança, surgiu a pandemia, o que tornou ainda mais complicada essa trajetória, com os atletas tendo que treinar em suas casas, por tantas vezes de forma improvisada e até precária. Neste ponto, quero deixar minha saudação especial a toda a equipe multidisciplinar do CPB, treinadores, psicólogos, fisiologistas e fisioterapeutas que deram toda a condição para que nossos atletas pudessem, mesmo que em circunstâncias limitadas, desempenhar suas atividades de treinamento.

Chegamos a 2021, aos Jogos Paralímpicos de Tóquio, e os atletas brasileiros mostraram sua resiliência. Mostraram sua capacidade de superação e realizaram a maior campanha de toda a história do nosso país em uma edição de Jogos

Paralímpicos. Foram 22 medalhas de ouro, 20 medalhas de prata e outras 30 de bronze. Uma campanha épica. Uma jornada histórica que manifesta e difunde ao mundo inteiro a força e a capacidade do atleta paralímpico brasileiro.

Nada disso seria possível se não houvesse o envolvimento de atores das mais diversas áreas. Graças ao Programa Bolsa Atleta, do governo federal, nossos atletas tiveram condições de se dedicar integralmente aos treinamentos. Graças, também, ao maior parceiro do movimento paralímpico brasileiro, que são as Loterias Caixa, e ao apoio que os atletas recebem, desde 2001, com a promulgação da Lei Agnelo/Piva e, a partir de 2003, ampliando a parceria com o patrocínio direto ao CPB.

As medalhas que nossos desportistas ostentam hoje são fruto de muita luta e trabalho. Mas elas representam muito mais que isso. Elas representam o potencial de milhões de pessoas com deficiência no Brasil. A alguém que pôde observar, nos Jogos Paralímpicos de Tóquio, o mineiro Gabriel Geraldo de Araújo, de apenas 19 anos, nadando e conquistando medalhas de ouro, quebrando recordes mundiais, sem as mãos e sem as pernas, é inevitável associar o nosso Gabrielzinho ao potencial e não à deficiência.

Se ele pode ser campeão nas piscinas do mundo inteiro, por que não pode conviver em igualdade de condições com qualquer outra pessoa na sociedade? Trabalhar na sua empresa, estudar na escola do seu filho? É uma mensagem que o esporte paralímpico transmite, do potencial do indivíduo com deficiência. É o momento que as pessoas com deficiência deixam de ser notabilizadas pelas suas limitações físicas, visuais ou sensoriais e se sobressaem pelas conquistas e pelo orgulho que dão e vão dar ainda mais.

Se seguirmos com esse desenvolvimento sistêmico, com os programas de capacitação dos professores, com o fortalecimento e ampliação do trabalho com os atletas da base, não tenho dúvida de que o Brasil irá brigar de igual para igual com a toda-poderosa China, na edição de 2040 dos Jogos Paralímpicos.

MIZAE L
CONRADO



NABIL
Ghorayeb

Professor doutor de cardiologia esportiva

A CARDIOLOGIA DO ESPORTE FOI CRIADA POR ACASO

Tudo começou por acaso, no início dos anos 70, durante minha residência em cardiologia, no antigo Instituto de Cardiologia do Estado de São Paulo, que tinha o doutor Dante Pazzanese como diretor-geral. No ano de 1972, um jogador profissional do São Paulo FC, com 26 anos de idade, teve um infarto durante um jogo oficial do clube. O médico do time era muito amigo do então cardiologista clínico do Instituto, o professor doutor Michel Batlouni, para quem o levou para ser avaliado e tratado.

Foi formada uma junta médica com o professor doutor Adib Jatene, professor Eduardo de Sousa e professor Josef Feher, além dos membros do corpo clínico. Pelo ineditismo da situação, as discussões com o corpo clínico foram grandes, principalmente sobre como decidir o que fazer quanto ao futuro, sem riscos, desse profissional. Após seis meses de tratamento e repouso, fazendo todos os exames possíveis e disponíveis na época, inclusive a cinecoronariografia, o futebolista foi liberado para a prática esportiva. Nós, cardiologistas, não sabíamos nada sobre cardiopatias combinadas com a prática de exercícios físicos e/ou esporte.

Por coincidência, na mesma época, outro jogador, agora um ídolo do Corinthians, desmaiou durante um jogo e o médico do clube, nosso amigo e colega de faculdade, doutor Osmar de Oliveira, acabou nos trazendo o jogador para ser avaliado. Descobrimos nele um problema de sopro, por alteração de válvula cardíaca. Após profunda avaliação cardiológica, foi decidido que ele deveria se afastar do esporte e encerrar a sua carreira de futebolista. Foi uma enorme repercussão e confusão geral na imprensa por muitas semanas.

Essas situações inéditas e sem respaldo científico de ninguém, no Brasil e afora, levou-nos a criar um núcleo de medicina e cardiologia do esporte, com aulas, discussões e pesquisas. Acionamos os contatos e começamos as avaliações com os principais clubes de futebol da capital paulista.

Nesse ínterim, nos anos 80/90, procuramos o deputado estadual e sociólogo, Adilson Monteiro Alves, figura popular ligada ao futebol, para ajudar-nos a criar, no Instituto, a seção médica de cardiologia do esporte e, por lei estadual, uma norma obrigatória às instituições de saúde que atendem pelo Sistema Único de Saúde (SUS).

O foco, nesse caso, era a população amadora, ou profissional, praticante de atividades e provas oficiais esportivas que não tinham onde se consultar. Além dos contatos, também precisaríamos de divulgação e aí contamos com os saudosos e queridos amigos radialistas, Vicente Leporace e José Paulo de Andrade, que nos apresentaram às várias equipes de jornalismo esportivo.

De repente, estávamos examinando equipes da Federação Paulista de Futebol e seleções brasileiras de futebol, basquete, vôlei, atletas olímpicos e assim por diante. Hoje, são mais de 16.000 atletas examinados pelo SUS, além de instituído o Grupo de Estudos em Cardiologia do Esporte na Sociedade Brasileira de Cardiologia. Conseguimos lançar cinco livros de medicina nessa área e receber o Prêmio Jabuti de Literatura na área de ciências e saúde, com o livro “O exercício”, pela editora Atheneu com a editoria parceira do professor Turíbio L. de Barros. Criamos a residência oficial nessa área; mestrados, doutorados e livre-docência foram consequências naturais da cardiologia do esporte, que começou na década de 70 por um acaso.

O grande impulso para a necessidade de se fazer avaliação pré-participação em nosso país foi um fato trágico: a morte súbita do jogador Serginho, do São Caetano. Depois dele, tivemos uma mudança muito clara no entendimento da importância desses exames e, hoje, os próprios atletas já querem fazer as avaliações cardiológicas especializadas.

A evolução da ciência trouxe inúmeras mudanças na avaliação de um atleta e mesmo de um esportista. Hoje, os pesquisadores mudaram os critérios de interpretação dos exames de alterações fisiológicas do aparelho cardiovascular, porque eles se confundem ou escondem doenças preexistentes. Essas muitas novidades nos abrem caminhos espetaculares, que nos ajudam a prevenir os riscos e melhorar as performances de quem gosta e pratica esporte no Brasil e no mundo.

Valeu a pena! A visão do futuro será sempre a melhoria da prática esportiva e longevidade saudável para a população em geral.

NABIL
Ghorayeb



PAULO GERMANO *Marciel*

Presidente do Comitê Brasileiro de Clubes (CBC)

O PAPEL DOS CLUBES FORMADORES DE ATLETAS NO ESPORTE BRASILEIRO

O Comitê Brasileiro de Clubes (CBC), entidade que representa o segmento clubístico no Sistema Nacional do Desporto (SND), completou 30 anos de criação em 2020, ano em que todos tivemos que nos reinventar. O CBC converteu os desafios em oportunidade de crescimento para que o Programa de Formação de Atletas se mantivesse com suas atividades resguardadas, mesmo diante do cenário ímpar que se instalou neste último ciclo olímpico (2017-2020), causado pela pandemia que assolou o mundo, e seguisse cumprindo sua missão.

A FORMAÇÃO DOS ATLETAS NOS CLUBES: DA BASE AO PÓDIO

A obtenção de uma vaga na delegação olímpica brasileira e a conquista de uma medalha olímpica são o ápice da carreira de um atleta. Para que esse objetivo seja atingido, é necessário um longo processo, iniciado na descoberta de um talento em potencial, por vezes identificado na escola, e muitas etapas de treinamento e aperfeiçoamento, cujo objetivo é garantir o melhor desenvolvimento do atleta.

No Brasil, esse desenvolvimento acontece, em sua esmagadora maioria, dentro dos clubes, que fornecem as ferramentas necessárias para que o atleta atinja seus objetivos, seja em infraestrutura física, de equipamentos e de preparação técnica e física, garantida pelos treinadores e demais profissionais do esporte.

Desde que passou a receber recursos das loterias federais, o CBC integra essa trajetória, que vai desde a formação esportiva até o suporte para o alto rendimento, por meio de seu Programa de Formação de Atletas, fundamentado em três eixos: recursos humanos (RH), que garante aos clubes a capacidade de contratar profissionais de apoio técnico, fisioterápico recuperativo, profilático e de preparação física; materiais e equipamentos esportivos (MEE), que disponibiliza recursos para adquirir materiais esportivos e equipamentos necessários ao treinamento; e competições (CBI), garantindo a participação de jovens atletas em campeonatos nacionais importantes para seu desenvolvimento, oportunizando experiências e crescimento profissional.

O eixo de competições se viabiliza por meio dos Campeonatos Brasileiros Interclubes® (CBI), realizados em parceria com as confederações e ligas nacionais, e tornam-se fundamentais nesse processo, visto que abrangem todo o sistema desportivo, indo desde a base até a categoria principal. O CBC viabiliza a participação dos clubes formadores nas principais competições nacionais, por meio da aquisição das passagens aéreas e hospedagens.

O Programa de Formação de Atletas do CBC teve início em 2014, com a participação de 21 clubes, alcançando em 2021 o total de 225 clubes participantes, de todas as regiões do País, conforme ilustrações nas páginas que seguem.

Para que as conquistas dos atletas em Tóquio fossem possíveis, o CBC desempenhou seu papel apoiando os clubes com números expressivos de investimento, desde 2014, quando lançou seus primeiros editais, até 2021. No eixo de recursos humanos (RH), foram investidos mais de 184 milhões de reais; no eixo de materiais e equipamentos esportivos (MEE), foram descentralizados mais de 156 milhões de reais; já no eixo de competições (CBI), foram investidos mais de 84 milhões de reais e empenhados mais 206 milhões de reais, totalizando investimentos que ultrapassam 630 milhões de reais.

A composição da delegação brasileira e os resultados obtidos em Tóquio confirmam a assertividade da política de formação esportiva desenvolvida pelo CBC nos últimos sete anos, com apoio integral aos clubes formadores em todas as regiões do País. Garantir perenidade à política esportiva, com foco na meritocracia e com o estabelecimento de metas para que os clubes potencializem ao máximo sua vocação esportiva, tem sido o nosso constante desafio.

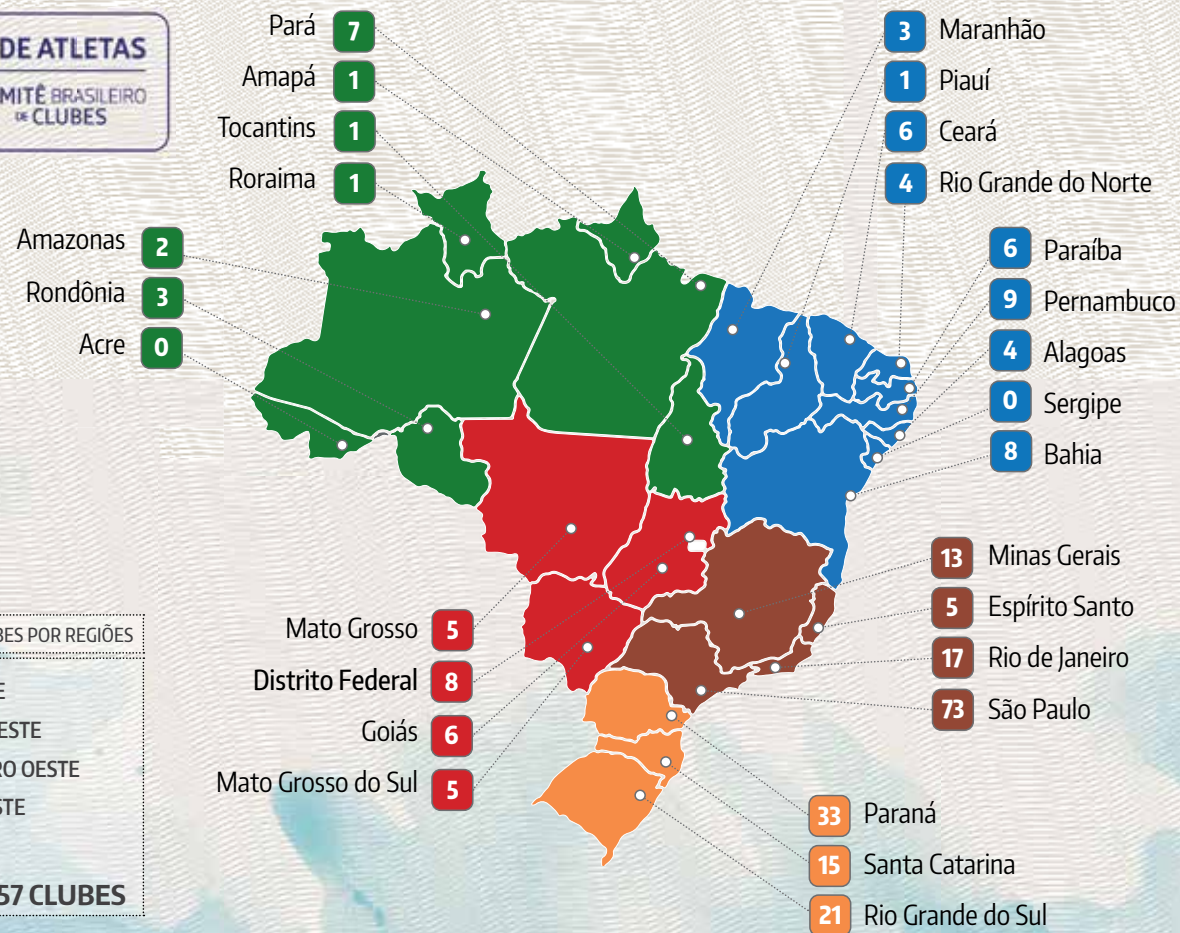
BALANÇO DOS JOGOS OLÍMPICOS DE TÓQUIO

Números inéditos foram vistos nesta última edição dos Jogos Olímpicos, com resultados surpreendentes, vindos da superação dos nossos atletas, que tiveram como pilar os clubes formadores e que, na visão do CBC, são os atores principais na formação de atletas, por isso, recebem todo nosso apoio e respeito.

Assim como nos Jogos Olímpicos Rio 2016, no ciclo 2016-2020, nossa missão foi cumprida e refletida nos Jogos Olímpicos de Tóquio, de acordo com os números apresentados no quadro a seguir. O CBC continuará de mãos dadas com os clubes, confederações, ligas nacionais, Secretaria Especial do Esporte do Ministério da Cidadania e Comitê Olímpico do Brasil (COB), formando atletas e trabalhando pelo esporte brasileiro, neste próximo ciclo 2020-2024, rumo aos Jogos Olímpicos de Paris.

PAULO GERMANO
Maciel

UNIVERSALIZAÇÃO DOS CLUBES NAS REGIÕES DO BRASIL - 2021



TOTAL DE CLUBES POR REGIÕES	
15	NORTE
41	NORDESTE
24	CENTRO OESTE
108	SUDESTE
69	SUL
TOTAL 257 CLUBES	

EVOLUÇÃO DOS CLUBES PARTICIPANTES DO PROGRAMA DE FORMAÇÃO DE ATLETAS DO CBC | 2013-2021



Dados atualizados em 31/12/2021

DIAGNÓSTICO DOS ATLETAS DOS CLUBES NOS JOGOS OLÍMPICOS DE TÓQUIO



88%

DA DELEGAÇÃO
SÃO ATLETAS
DE CLUBES
FORMADORES

268

ATLETAS
DE CLUBES
FORMADORES

92%

DAS INSTITUIÇÕES
QUE ENVIARAM
ATLETAS A TÓQUIO
SÃO CLUBES
FORMADORES

77%

DOS ESPORTES
COM MEDALHAS
TÊM SEUS ATLETAS
FORMADOS EM
CLUBES

DO TOTAL
DE 21

15

FORAM DE
ATLETAS DE CLUBES
FORMADORES

MEDALHAS
CONQUISTADAS

72%

DAS 7
MEDALHAS
DE OURO

6 SÃO DE ATLETAS
FORMADOS
EM CLUBES

86%

OS CLUBES COM MAIS ATLETAS EM TÓQUIO SÃO CONTEMPLADOS PELO CBC E PARTICIPAM DO PROGRAMA DE FORMAÇÃO DE ATLETAS EM SEUS 3 EIXOS: MATERIAIS ESPORTIVOS, RECURSOS HUMANOS E CAMPEONATO BRASILEIRO INTERCLUBES®-CBI





PAULO
Wanderley

Presidente do Comitê Olímpico do Brasil (COB)

O CAMINHO ATÉ A MELHOR CAMPANHA NA HISTÓRIA DOS JOGOS OLÍMPICOS

Os Jogos Olímpicos em 2021 trouxeram como reflexão o que o Comitê Olímpico do Brasil (leia-se COB, as confederações olímpicas, os parceiros e, sobretudo, os atletas) foi capaz de realizar no Japão. Ter construído a melhor campanha em Jogos Olímpicos foi algo extraordinário. Em Tóquio, terminamos em 12º lugar entre 206 nações participantes. Fizemos história. O time Brasil subiu um degrau em relação ao recorde anterior, obtido na Rio-2016. Foram 21 pódios, com uma delegação de 317 atletas contra 465 atletas.

Desde que assumi a presidência do COB, em outubro de 2017, nós nos planejamos para entregar a melhor campanha da história. Todos sabíamos que o desafio, acentuado pela pandemia, seria gigantesco e nos preparamos para ele.

Os caminhos que nos levaram à trajetória de sucesso no Japão foram inúmeros. Mas um trinômio foi fundamental: missão Europa; rigor nos protocolos de saúde; e equidade.

Em junho de 2020, investimos 46 milhões de reais em uma preparação internacional que permitisse aos nossos atletas voltarem a ser atletas. Quando os espaços de treinamento fecharam no Brasil, fomos ágeis e asseguramos um local de excelência em Portugal. Das 13 modalidades que subiram ao pódio, 9 participaram da missão Europa. Em solo japonês, criamos oito bases para facilitar a aclimação, respeitando a especificidade dos treinamentos de cada modalidade.

Mesmo com a equipe espalhada pelo Japão, mantivemos o rigor na preservação da saúde. Não tivemos nenhum caso de Covid-19 em nossa delegação, incluindo atletas, comissão técnica e outros credenciados.

E só conseguimos este feito porque um time muito qualificado trabalhou arduamente. Fizemos testagens diárias (acima das exigidas pela organização) e restringimos a circulação de pessoas. Cortamos na carne, diminuímos o número de enviados nas comissões técnicas e convidados. Levamos na bagagem 68 mil máscaras descartáveis e 2.400 máscaras N95. A vacinação contemplou 96% dos atletas.

Um terceiro pilar de nossa conquista foi a equidade. Dogma da nossa gestão no comando do COB, a presença das mulheres foi marcante na Vila Olímpica. Elas ganharam 9 das 21 medalhas verde-amarelas, a melhor performance feminina da história do País nos Jogos Olímpicos. O carisma de ouro de Rebeca, a juventude de Rayssa, a raça de Mayra Aguiar, o fôlego

de Ana Marcela, a estratégia de Martine Graef e Kahena Kunze, a luta de Bia Ferreira, a perseverança de Laura Pigossi e Luisa Stefani e a união das meninas do vôlei nos emocionaram.

Tenho certeza de que devolvemos ao Brasil o orgulho e a esperança de um país melhor e plantamos nas novas gerações o desejo de buscarem seus sonhos.

A vitória é das 35 modalidades do Movimento Olímpico Brasileiro. É dos nossos patrocinadores. É de todos os atletas, que deram exemplo de respeito, civilidade, fair play e patriotismo. É dos funcionários do COB. É da torcida brasileira, que enviou as melhores energias para o outro lado do mundo.

A alegria e o prazer que o time Brasil nos deu nos lembram de que há muito ainda a ser feito. O trabalho duro já começou. Para o COB, já foi dada a largada para as Olimpíadas de 2024.

PAULO
Wanderley



PEDRO e *Daniel* GUSTAVO *Hazan*

Pedro Daniel, diretor-executivo, líder da indústria do esporte na EY Brasil; Gustavo Hazan, gerente sênior na EY Sports

A LEGISLAÇÃO DO CLUBE-EMPRESA E SEUS BENEFÍCIOS PARA O FUTEBOL BRASILEIRO

A aprovação da Lei do Clube-Empresa tem o potencial de se tornar um marco na indústria do futebol no Brasil. Apesar da migração do modelo associativo para uma empresa ou até mesmo o nascimento de um clube no modelo empresarial não ser novidade, a questão tributária, de regulação, de projetos incentivados, dentre outros, não incentivavam o modelo. Em 2018, de acordo com um estudo da Ernst & Young (EY), o futebol brasileiro movimentou aproximadamente 50 bilhões de reais, o que representou 0,72% do Produto Interno Bruto (PIB). A indústria gera mais de 150.000 empregos e tem um enorme potencial, levando em conta a visão global do Brasil como o país do futebol. Considerando esse impacto e o enorme potencial da indústria, por qual motivo não somos atrativos para investimentos na formação, capacitação ou até mesmo para grandes holdings do futebol que já estão espalhadas pelo mundo?

Na Europa, de acordo com um estudo da EY, considerando as cinco principais ligas, 96% dos clubes de futebol adotam o modelo de clube-empresa, isso considerando a primeira e segunda divisões. No Brasil, este número é inverso, 5% dos clubes das séries A e B são clubes-empresa. É importante salientar que a simples transformação em Sociedade Anônima do Futebol (SAF) não traz garantia de sucesso a um clube. O alicerce da transformação na indústria do futebol, no Brasil e no mundo, é a implementação de boas práticas de governança e gestão profissional, seja no modelo associativo ou no modelo empresa. O modelo de clube associativo pode limitar a implementação de um projeto de longo prazo, devido às recorrentes trocas na gestão (períodos de mandato), além da interferência política mais aguda.

Outro ponto desfavorável é a dificuldade de atrair investidores por diversos motivos, dentre eles a questão societária. Afinal de contas, o clube é dos associados, o controle da operação, já que, por muitas vezes, existem travas estatutárias, além das incertezas causadas pelo caráter político do clube. A migração para uma SAF poderá acelerar o processo de transformação, considerando a possibilidade de captação de recursos financeiros (em troca de equity) e maior equilíbrio do fluxo de caixa. Outra vantagem da migração é possibilitar a implementação de um modelo de governança e gestão profissional e, principalmente, planejamento de longo prazo.

Importante mencionar que o Brasil tem mais de 800 clubes profissionais ativos e que o modelo de SAF não é aderente para todo e qualquer clube. É importante que exista uma avaliação prévia detalhada, considerando o porte, localização, situação financeira, perspectivas, tamanho da torcida, dentre outros. A nova lei da SAF prevê a criação de uma empresa de futebol com regime de tributação específica, além de mecanismos de quitação das obrigações, como o regime centralizado

de execuções. A aprovação da Lei do Clube-Empresa pode ser considerada o primeiro passo para a evolução da indústria. Na Europa, o tripé: clube-empresa, fair play financeiro e centralização de direitos foi decisivo para isso.

No âmbito do fair play financeiro, mecanismo que tem como objetivo o equilíbrio econômico, lisura e transparência dos clubes, além da sustentabilidade da cadeia do futebol, a segurança regulatória é fundamental para atrair investidores sérios, e não mais aventureiros, para o futebol brasileiro. No futebol europeu, todos os clubes devem cumprir requisitos básicos, pautados nos pilares: controle de gastos/contas em dia e dívida equacionada/controle do recurso que vem de fora do sistema. O programa foi implementado em 2011 e mitiga situações que afetam o crescimento sustentável da cadeia.

A transformação para um clube-empresa deve prever algumas etapas: (i) discussão sobre o modelo ideal, considerando-se o perfil do clube; (ii) estratégia de funding; (iii) estratégia de acordo com o perfil do clube; (iv) modelo de governança com prestação de contas; (v) gestão profissional, sem interferência política.

O mercado, incluindo-se aí investidores, dirigentes, torcedores, patrocinadores e imprensa, precisa refletir sobre a necessidade de impulsionar a indústria do futebol. Para tanto, é indispensável uma mudança sistêmica no atual modelo. A boa notícia para todos é que o grau de maturidade é maior do que em outras mudanças e, atualmente, passamos por um momento de transformação nunca visto na indústria. Resta saber se aproveitaremos esta onda.

PEDRO
Daniel

GUSTAVO
Hazar



René
Simões

Diretor esportivo do Coritiba Futebol Clube

O FUTEBOL QUE EU QUERO

O futebol tem em sua pecha a essência de ser um esporte coletivo. São 11 jogadores em campo, em média 12 no banco de reservas, os que compõem o elenco, a comissão técnica, a diretoria e a torcida. Quando unidos, esses elementos podem formar um clube imbatível. Agora, imagine se esses clubes imbatíveis se unissem em prol de um objetivo comum? Teríamos um futebol implacável!

Hoje, não é raro ver crianças andando por aí com camisetas de clubes europeus e tendo como o seu time do coração equipes como Paris Saint Germain, Manchester United, Barcelona, dentre outros. Quando eu era mais jovem, isso era inimaginável. Por que eu iria torcer pelo Real Madrid, se o Flamengo de Zico era fantástico? Por que eu iria acompanhar campeonatos estrangeiros, se o Campeonato Brasileiro era o melhor e o mais emocionante que existia? Pois é, era. Uma pena que eu tenha conjugado todos os verbos da sentença anterior no pretérito perfeito e imperfeito. E põe imperfeito nisso. Segundo a gramática, “o pretérito imperfeito do indicativo se refere a um fato ocorrido no passado, que não foi completamente terminado. Pode ser utilizado também com sentido de futuro do pretérito para indicar uma ação que seria consequente de outra que acabou por não acontecer”. Exatamente isso, o futebol brasileiro é institucionalmente uma ação contida no passado que não aconteceu, isto é, uma série de ações que não aconteceram.

Como pode o primeiro a ser tricampeão do mundo e o único a ser penta ter ficado tanto para trás? Temos o melhor jogador da história do esporte, até ontem éramos considerados o país do futebol, o que aconteceu no meio do caminho, ou melhor, o que não aconteceu? Falta de material humano que não é. É falta de organização, é falta de empatia, é falta de ter consciência do seu próprio lugar.

Os nossos clubes vivem em uma verdadeira roda gigante, ora alguns estão no alto sendo competitivos e poderosos e ora esses mesmos estão lá embaixo, lutando contra o rebaixamento. Infelizmente, alguns até caem. Quando eu disse, no parágrafo anterior, sobre ter consciência do seu próprio lugar, era dos times que estão lá no alto da roda que eu estava falando. Ao invés de utilizarem seu poderio para tentar equilibrar a roda e acabar com esse ciclo de sobe e desce, esses clubes tomam medidas que beneficiam apenas a si, sem se importarem com o seu redor, como se jogassem sozinhos.

O que o Brasil precisa, primeiramente, é de união entre os clubes, que todos lutem pelo bem de todos, colocando o futebol acima de suas próprias ambições. E, depois, precisa de uma reformulação geral. Precisamos mexer na base das nossas leis

e instituições, não podemos mais deixar que os nossos times percam cada vez mais espaço, tanto de mercado quanto de torcida, para os clubes europeus. A Lei nº 9.615, popularmente conhecida como Lei Pelé, foi um avanço para os atletas. Mas, de certa forma, ela prejudica os times. É um absurdo um clube formar um atleta dos 10 aos 16 anos e perdê-lo para o futebol europeu, ficando apenas com o projeto de solidariedade da Federação Internacional de Futebol (Fifa). Na minha opinião, até os 21 anos a renovação deveria ser exclusiva com o clube formador ou seria vendido pelo clube. Depois disso, ele teria passe livre. Essa iniciativa blindaria os atletas do assédio dos poderosos estrangeiros, dando algum retorno esportivo ou financeiro ao formador.

Aí, então, teríamos tudo resolvido? Absolutamente, não. Precisamos enquadrar os clubes no fair play financeiro, como temos na Espanha, radicalmente no início do ano, ou na França, no final do ano. É inadmissível que um clube que está com os salários atrasados se classifique para a Copa Libertadores da América e quem está com os salários em dia não chegue até lá. Prometer salários altos para jogadores, como foi o caso do Daniel Alves, e não pagar é desonesto e causa um absoluto desequilíbrio esportivo. Além disso, uma isonomia na distribuição dos patrocínios trará mais equilíbrio financeiro e, em consequência, desportivo.

Para sermos novamente o país do futebol, não podemos mais ser o país da desorganização. Precisamos urgentemente salvar o futebol brasileiro. Sim, salvar. Se tudo continuar no pé em que está, você já imaginou como serão as coisas daqui a cinco, dez, 20, ou até mesmo, 40 anos? A nossa retomada precisa começar agora, para ontem, se possível.

Se um time desorganizado não consegue vencer dentro de campo, imagina fora dele? Organização é a palavra-chave e, para isso, são necessários profissionais ilibados, que não estejam só pensando em seus próprios interesses. Precisamos parar de tratar o futebol como um mundo paralelo e começar a responsabilizar aqueles que fazem tanto mal às nossas instituições.

Empatia e organização, é isso que todos nós queremos, para que nosso futebol seja pentacampeão, dentro e fora do campo.

RENÉ
Simões



RICARDO e *Chantilly* WILLIAM *Reis*

Ricardo Chantilly, CEO do AfroGames;
William Reis, coordenador do AfroReggae

O METAVERSO DA FAVELA

O AfroGames é um projeto de inclusão digital e impacto social, focado em jovens de comunidades de baixa renda da cidade do Rio de Janeiro. Fruto da parceria entre o Grupo Cultural AfroReggae e a Chantilly Produções, tem como objetivo principal utilizar a educação e a tecnologia como estratégias para transformação social e geração de renda, por meio da criação do primeiro time profissional de eSports dentro de uma favela no mundo e de um centro de eSports que forma atletas com alto potencial competitivo.

Os jovens das favelas e periferias do Brasil sempre foram proibidos de participar da maior revolução social e econômica do nosso planeta: a era digital. Um kit de um computador potente, cadeira gamer e periféricos custam mais de 10 mil reais. E mesmo um jovem de favela que ganhe esses produtos, ainda vai faltar a internet de qualidade, o professor e o que, talvez, seja ainda mais caro: a disponibilidade de estudar/jogar e não ter que ajudar em casa.

Conta a história que o Pelé começou no futebol com uma bola de meia. Não dá para começar a jogar ou programar com um computador de papel, é preciso levar os equipamentos, a tecnologia e o ensino para dentro de um lugar onde quase sempre o estado não entra, a não ser com a polícia. Num mundo onde a classe média discute a necessidade de se fazer um detox dos aparelhos, os moradores das favelas sofrem de desnutrição digital. E o AfroGames não atua apenas nos esportes eletrônicos, mas em todo segmento gamer. Outro eixo forte do seu trabalho educacional são os cursos de programação e desenvolvimento de jogos.

Em maio de 2019, montamos a nossa primeira turma, composta de 100 jovens, com idade a partir de 12 anos. Em 2020, a pandemia nos fez parar, muitos perguntaram por que não continuávamos com o EAD, talvez, porque não pensaram que aqueles jovens não tinham como fazer aulas remotamente, por não terem computador e internet.

Voltamos em janeiro de 2021, graças à Ambev, que apostou no projeto, mesmo com as incertezas do risco da pandemia no auge. Mas a realidade nos mostrava que aqueles jovens já estavam expostos ao vírus nas favelas, sem distanciamento social, álcool gel e, na maior parte das vezes, sem máscaras. Além das aulas, demos um passo a mais: montamos o primeiro time de LOL (League Of Legends), no mundo, formado dentro de um projeto em uma favela. Os cinco garotos e uma garota que formam o time têm técnico, preparador físico, psicóloga e bolsa atleta, no valor de um salário-mínimo.

Na área de programação, já fizemos três GameJams – uma maratona de desenvolvimento de jogos, em que os alunos se dividem em equipes e criam jogos a partir de uma proposta lançada pelo júri. Na última edição, em novembro de 2021, contamos com o apoio do coletivo internacional Tales Of Us e pagamos 10 mil reais para as duas melhores equipes. O evento, além do aperfeiçoamento técnico, trouxe visibilidade a esses alunos pelo meio digital, com transmissão ao vivo na Twitch mostrando o espaço e a produção dos jovens.

Para 2022, o AfroGames anuncia mais um time de Fortnite e outro de Free Fire. Mais dez jovens irão gerar renda para suas casas jogando o que, até pouco tempo, acreditava-se ser apenas um “joguinho de computador”. Além disso, aumentaremos as aulas para 150 jovens, graças a uma parceria com o Globo Esporte. Serão mais adolescentes aprendendo a mexer no computador e a falar inglês. São mais 150 passaportes para a cidadania!

Quando a palavra da moda é metaverso, acreditamos que se o AfroGames – ou outras iniciativas digitais que visem a essa população – não virar uma realidade de estado, vale a pena refletir qual a realidade virtual que os jovens da periferia e das favelas brasileiras podem realmente acessar: se é a dos games ou a do crime.

RICARDO
Chantilly

WILLIAM
Peis

“O esporte
é mais poderoso
para derrubar
barreiras raciais
do que o governo.
O esporte ri
de todos os tipos
de discriminação.”

Nelson Mandela





RICARDO
Trade

Vice-chefe executivo de operações da Fifa World Cup 2022

GESTÃO DO ESPORTE NO BRASIL

A gestão do esporte no Brasil tem profissionais de qualidade, com capacidade de gerenciar qualquer instituição no melhor nível de excelência. Pessoas experientes, munidos de fatores que nós, administradores, costumamos tratar comumente como CHA – conhecimento, habilidade e atitude, que os levam a gerir com qualidade as instituições esportivas para as quais trabalham.

Além disso, fazem com paixão. E isto não é difícil de encontrar, pois o trabalho no esporte é um dos mais gratificantes que podem existir. Lidar com o esporte, com as paixões e emoções que movem esta atividade é realmente diferente e traz satisfação para a maioria dos profissionais que militam na área. Portanto, esta visão tem que permear o trabalho – gestão profissional, paixão e comprometimento!

Outra característica importante de um bom gestor no esporte é a de saber identificar profissionais que estejam prontos a suportar pressões, a tomar riscos e “arregaçar as mangas”. Não dá para errar nas escolhas. O caminho para a busca de resultados no esporte é curto e não temos tempo para correções. Para isso, ter uma política e uma filosofia de portas abertas é fundamental, qualquer um que queira interagir com os diretores ou gerentes etc., seja ele júnior ou sênior, tem que encontrar os canais e portas abertos e não se sentir intimidado para discutir questões de planejamento ou operação. É importante discutir os assuntos em conjunto com seus gestores, pois assim todos se sentem parte do projeto e da criação de soluções, além de se motivarem muito mais por não somente receber instruções e tarefas a cumprir, mas, sim, participar também das considerações e decisões para a busca dos resultados. É uma aproximação democrática, em que todos têm que ter liberdade de escolher suas equipes, operar e planejar suas áreas, dentro de padrões e culturas definidas em conjunto. É claro que, no tempo certo, algumas decisões estratégicas e finais serão tomadas pela diretoria, depois de ouvir todos. Mas fica claro que, para realizarmos um bom trabalho na gestão esportiva, também temos que ter o suporte político e financeiro.

Vamos encontrar resistências, portas fechadas e tradicionalismos do passado enraizados na maioria das instituições esportivas. Além disso, se não tivermos suporte político para superar essas dificuldades, não haverá sucesso. Devemos gerir uma instituição esportiva como qualquer empresa: com critérios de governança rígidos, regras, procedimentos, políticas definidas, respeito aos colaboradores, gerindo os negócios e o esporte no limite do orçamento, buscando fontes adicionais de recursos e contando com a inovação e tecnologia como aliados da primeira hora.

Os melhores profissionais, sejam em que área atuem, devem possuir as seguintes características: ter valores sólidos – humildade, garra, disciplina, equilíbrio emocional, buscar sempre aprender e estar sempre em constante crescimento; prestar atenção aos processos e também às pessoas e conhecer as suas limitações; procurar sempre ter gente certa no lugar certo, exigindo o seu melhor, mas liderando com sentimento, carinho e emoção; antecipar cenários e persuadir no lugar de coagir, desenvolvendo habilidades extraordinárias em pessoas comuns; confiar nos seus instintos, valorizar o trabalho em equipe e ser inquieto, inconformado, mas também disciplinado e perseverante, e saber lidar com a frustração e com os reveses; nunca se acomodar e conhecer, como ninguém, os seus propósitos; acreditar e usar a tecnologia a seu favor; contratar pessoas inteligentes e que possam questionar suas ideias; ser apaixonado pelo que faz, mas saber mudar de ideia, se necessário; comemorar o sucesso, mas prestar atenção às lições do fracasso; incentivar e criar recompensas, de maneira justa; acreditar que o desempenho passado não garante o sucesso futuro; dedicar parte do dia ao seu desenvolvimento pessoal; ir além de sua zona de conforto e nunca desistir; ter valores pessoais e senso de ética acima da média, aliados a uma incrível capacidade de trabalhar arduamente; ter carisma e poder de persuasão, inspirando seus comandados com confiança e prazer no trabalho; ter coragem para tomar decisões difíceis e ser resiliente nas derrotas.

Mas insisto em repetir que, principalmente no ambiente esportivo, nada acima adiantará se os gestores não tiverem apoio político para implementar mudanças num ambiente de extrema complexidade, como nos clubes e nas federações esportivas.

RICARDO
Trade



RODRIGO *Vicentini*

Executivo da NBA no Brasil

a nba não existe sem os seus fãs

Experiência é a essência da National Basketball Association (NBA). É a palavra que define a nossa presença no Brasil. Todos os dias, nosso time se desafia a oferecer, aos mais de 45 milhões de fãs espalhados pelo País (segundo o Ibope Repucom), o que a liga tem de melhor em seus eventos, na transmissão dos jogos, por meio de produtos, em ações com parceiros ou conteúdos exclusivos. Tudo é sempre pensado com carinho, nos mínimos detalhes para surpreender um público muito exigente, apaixonado e que adora esporte.

E o que o Brasil tem de tão especial para ser considerado, hoje, o segundo mercado internacional mais importante para a liga, atrás apenas da China? A paixão dos fãs. É muito bom ver o brilho nos olhos e o sorriso nos rostos dos fãs de todas as idades, de todas as partes do País, em nossas iniciativas. Como é bom escrevermos essa história juntos! Como é importante ver que a liga impacta positivamente milhões de pessoas, seja por meio dos valores do esporte, seja pela magia da NBA e nossos super-heróis dentro de quadra, ver que deixamos a nossa marca no dia a dia do público com originalidade, autenticidade e inspiração.

Sim, inspiração. A NBA é uma liga inspiradora, recheada de entretenimento, conteúdos e vivências que vão muito além das disputas nas quadras. Um universo onde astros, lendas, ídolos da bola laranja, interagem com os fãs, falam a mesma língua, criando tendências, ditando moda e comportamentos legítimos, seja pelo lifestyle, seja pelo discurso de apoio a justiça, igualdade e respeito. Não há liga no mundo que faça melhor uso do diálogo com a sociedade do que a NBA, e temos muito orgulho disso.

E lá se vão 18 anos desde que a NBA pisou pela primeira vez no Brasil... foi em 2003, com o Latinos Unidos Tour trazendo um brasileiro, Maybyner Rodney Hilário, e um argentino, Emanuel Ginóbili, àquela época calouros na liga, ainda desconhecidos, para eventos em Buenos Aires e São Paulo. Um marco para a liga na América do Sul. Maybyner... ou melhor, Nenê, o nosso Nenê, e Manu, ele mesmo, Ginóbili, abriram as portas da NBA para a região, conquistando respeito e deixando um enorme legado. Que história escreveram!

De lá para cá, a NBA passou a ver o Brasil com outros olhos. Além dos muitos brasileiros que chegaram à liga, inúmeros eventos foram realizados no País, como camps, eventos do NBA3X, três jogos oficiais de pré-temporada, clínicas, marcamos presença na Game XP, no Rock in Rio (sim, basquete em um festival de música)... isso sem falar na NBA House das Olimpíadas

Rio 2016, da casa NBA Finals, a NBA House de São Paulo e, este ano, durante as finais da temporada 2021, da NBA House Digital, quando recebemos mais de 200 mil visitantes em uma experiência inédita e imersiva nunca antes vista.

Todos os anos, recebemos a visita dos nossos fãs na NBA Store, levamos milhares de jovens e crianças para dentro da quadra e formamos cidadãos melhores por meio do esporte, estimulando hábitos de uma vida saudável, ensinando e aprendendo todos os dias com ações sociais, com o NBA Basketball School e o Jr. NBA.

Apesar dos dias difíceis que ainda vivemos, união e esperança sempre andaram juntas e nos aproximaram ainda mais dos fãs. Ah, a tecnologia... exploramos novas oportunidades de conexão, criamos ações de interação e engajamento no ambiente virtual, mantivemos o jogo “quente”, levando diversão e emoção enquanto todos precisavam estar em casa, em segurança. Juntamos inovação e criatividade para entregar conteúdos exclusivos e inéditos nas plataformas digitais, movidos pela paixão pelo basquete.

Em outubro, abrimos um ano especial com a nossa 75ª temporada, campeonato que será marcado por uma série de ações que vão emocionar e surpreender. Um ano que vai trazer memórias, histórias, ídolos e momentos para celebrarmos o jogo, comemorar as “bodas de brilhante” com os nossos fãs. Para isso, vestimos nossa melhor roupa e mudamos até a logo para essa festa, trazendo o logoman em destaque dentro de um diamante. Será inesquecível.

Quantas boas histórias já temos para contar...

Comecei este artigo falando sobre a experiência, a essência da NBA, o que define a nossa presença aqui no Brasil. Falei também sobre a paixão, sobre como estamos conectados, de eventos, interações e ídolos... mas a NBA não existe sem os seus fãs. Nossa 75ª temporada será a mais especial de todas, venha “respirar” o ambiente do melhor basquete do mundo com a gente. Estamos te esperando!

RODRIGO
Vicentini



sami
Aragão

Advogado, rugbier (1978-1996)
presidente da Confederação Brasileira de Rugby (2010-2016)
presidente do Conselho de Ética do Comitê Olímpico do Brasil (2020-2022)

ÉTICA E GOVERNANÇA NO ESPORTE

Basta consultar informações públicas para se concluir que várias modalidades do esporte brasileiro possuem um péssimo histórico no quesito ética e governança. Houve avanços, mas ainda estamos distantes de um cenário adequado. As entidades esportivas possuem vícios que necessitam de reforma imediata. Esse tipo de reforma requer uma mudança cultural das pessoas.

Corrigir o que está errado ou imperfeito exige não somente boa vontade e iniciativa de pessoas capacitadas, mas também o enfrentamento das pessoas que se perpetuam indevidamente no poder. Todavia, não podemos generalizar a falta de ética e governança nas entidades esportivas, pois existem as que são exemplares nesses quesitos.

“Ética” é um conjunto de princípios e normas de ordem valorativa e moral que devem ser usados para orientar o comportamento das pessoas. A realidade histórica dos fatos demonstra que, nas entidades esportivas brasileiras, ainda existe muito por ser consertado. “Governança” é a forma por meio da qual ações são implementadas numa entidade. O nível de excelência da gestão depende da qualidade do estatuto social, além, obviamente, do perfil dos administradores. Preocupo-me com as comissões de atletas. Cabe ao importante órgão defender vigorosamente os direitos dos atletas, entretanto, há pessoas que têm receio de insurgir-se contra a administração das entidades esportivas, por medo de retaliação.

Entidades esportivas devem ser geridas com base em planos de negócios (desenvolvimento, alto rendimento etc.) amplamente discutidos por atletas (ou seus representantes), comissões de técnicos, representantes de clubes, representantes de interesses públicos, para, depois, serem revisados por federações e confederações. Infelizmente, não é isso que se verifica no Brasil.

Poucas são as entidades que realizam reuniões prévias com calendário pré-estabelecido, disponibilizam o plano de negócios com antecedência, abrem a discussão ampla e deliberam de forma democrática. Enfim, poucos praticam ética e governança no esporte brasileiro. E imputo parte do problema à imperfeição dos estatutos sociais das entidades, aliada a ações impróprias de administradores que se perpetuam no poder.

Disponho-me a cumprir meu papel de enfrentar aqueles que insistem em violar princípios constitucionais, estatutos sociais, normas aplicáveis, a ética e a boa governança do esporte brasileiro.

Torçamos para que as pessoas se familiarizem com seus direitos e os defendam, aprendam a exercer o direito de voto e exijam a adoção de postura ética na administração das entidades esportivas.

Defender postura ética e a melhor governança, sempre.

sami
Arag



THABATA
Telles

Presidente da Associação Brasileira de Psicologia do Esporte (Abrapesp)

PSICOLOGIA DO ESPORTE NO BRASIL

Recorrentemente, há quem se refira à psicologia do esporte como área emergente no Brasil. No entanto, há atuações nesse campo antes mesmo que a psicologia fosse uma profissão regulamentada no País. A versão mais conhecida é a de que os primeiros trabalhos ocorreram no futebol, por meio de João Carvalhaes, com a seleção da Copa de 1958. Contudo, pesquisas apontam para atuações anteriores, relatadas em periódicos na área da educação física, na década de 1930.

Em 2000, a psicologia do esporte foi reconhecida pelo Conselho Federal de Psicologia (CFP) como uma das especialidades de quem se gradua em psicologia. Em seguida, surgiu a Associação Brasileira de Psicologia do Esporte (Abrapesp), com o objetivo de zelar pela área e fortalecê-la em todo o território nacional, tendo Katia Rubio como primeira presidente. Também ocuparam este cargo Alessandra Dutra, Simone Sanchez, Luciana Ângelo, Rodrigo Acioli e Cristiano Barreira. Atualmente, estou nesta posição e participei de gestões anteriores, acompanhando o sólido crescimento da psicologia do esporte em nosso país e em terras estrangeiras.

Buscar quem atua com psicologia do esporte em diversas regiões do território brasileiro foi um movimento importante realizado pela Abrapesp nos últimos anos, uma vez que a diversidade de nosso país também pode ser encontrada em nossa área. Temos, hoje, membros de diferentes estados e regiões do Brasil, cuja abrangência se reflete nos diversos modos de se atuar nesse campo. Descentralizar a psicologia do esporte brasileiro implica não só encontrar talentos nos mais variados espaços, mas também um relevante processo de aprendizagem e (re)conhecimento do nosso próprio país: desde a atuação em clubes no cenário esportivo até as populações ribeirinhas que não jogam quando o rio “sobe” e inunda o campo; dos esportes eletrônicos às modalidades de aventura que, por vezes, funcionam sem GPS ou celular; dos jogos mentais às manifestações populares; das artes marciais orientais às lutas indígenas etc.

Fundamentalmente, ocupamo-nos de quem se move e, nesse sentido, pontuamos a condição crucial de ser humano para que isto aconteça. Se, por um lado, a psicologia do esporte nasceu com a utilização de testes e parâmetros quantitativos, hoje, ela se fortalece na sensibilidade de um olhar atento às qualidades do corpo em movimento. Caminhamos entre a mais alta tecnologia para treinamento mental e a presença ao lado do atleta, com escuta cuidadosa no canto da arquibancada, do tatame, do campo etc. Ao falarmos de seres humanos, estendemos essa visão à comissão técnica, aos demais profissionais do setor esportivo e à nossa comunidade. Se o esporte não existe apartado de determinada cultura e sociedade, a psicologia do esporte muito menos.

Nossa atuação só pode ser eficaz se feita de modo contextualizado e é nesse sentido que falo de uma psicologia do esporte brasileiro. Seja pela nossa diversidade em um vasto território ou pelas vicissitudes, por vezes vividas de modo compartilhado, a psicologia do esporte brasileiro se torna cada vez mais forte quando aprendemos a olhar para nós mesmos. Estudamos o que se faz lá fora com afinco, mas com mais dedicação ainda aprendemos a ser eficientes ao fazer do nosso jeito, consonante à nossa realidade.

Escrevo este texto um dia após o encerramento dos Jogos Olímpicos de Tóquio, quando nunca se falou tanto em saúde mental numa edição e vimos o Comitê Olímpico do Brasil (COB) abrir espaço à preparação psicológica dos nossos atletas. Batemos recordes de medalhas, de equidade e de zero contaminação em tempos de pandemia. Tivemos ouro, prata e bronze inéditos e de modalidades já tradicionais em receber medalhas. Vimos atletas tranquilos, confiantes e seguros ao fazerem belas apresentações.

Assistimos a segundos de prova que incorporam anos de trabalho, inclusive de preparação psicológica. Já sabíamos que não se faz um atleta da noite para o dia, mas agora parece que começamos a entender que o trajeto entre sua alvorada e crepúsculo pode brilhar mais quando se olha para si e consegue se preparar para atuar da melhor forma possível. A psicologia do esporte, portanto, atua fundamentalmente nos caminhos entre reflexão e ação. Trata-se da difícil tarefa de colocarmos em prática aquilo que sabemos que podemos fazer quando nosso corpo está em movimento.

THABATA
Telles



WALDO
Souza

Sócio-fundador da startup Beyond Digital Sports (BDS)

PRECISAMOS EXPLORAR O POTENCIAL DOS ESPORTS PARA INCLUSÃO SOCIAL

Quando fui provocado por meu filho, LKZ “Lukas Walter”, a empreender um projeto de games e eSports não imaginava que aquela brincadeira em família fosse desaguar em um projeto de vida, dentro de um setor tão desafiador quanto atraente, que demanda cada vez mais gente criativa, competente, irrequieten e visionária. Depois de uma longa imersão, que ainda continua, e de, naturalmente, alguns percalços no caminho, eu, LKZ e nosso time da startup Beyond Digital Sports (BDS) estamos confiantes de que é sustentável ser um vetor de inclusão social no Brasil e no mundo, por meio deste mercado acelerado e permanentemente agitado. Afinal, a América Latina tem quase 9% da população mundial, mas ainda participa com 4% do mercado global de jogos eletrônicos (NEWZOO, 2020).

Como somos de Salvador (BA), sempre tivemos um olhar crítico sobre os principais players do setor, que pouco enxergavam o potencial em cidades fora do centro econômico do País. Um comportamento que vem mudando, graças a diversas iniciativas regionais que buscam o jogo como diversão, o jogo como competição ou o jogo como ferramenta de educação e capacitação de jovens. Enxergamos um potencial imenso ainda no Brasil, que tem um dos públicos gamers mais engajados e interativos do mundo, para o crescimento de torneios, eventos não competitivos e atuação dos influenciadores, principalmente nas cidades fora do grande centro atrativo que é São Paulo. A receptividade das marcas e startups no on-line comprova a demanda por investimentos nessas regiões menos visíveis para as empresas “donas do jogo”.

Os mercados de eSports mais maduros também nos ensinam que nossos jovens podem buscar uma carreira não apenas como pro-player. Afinal, nem todos têm esta aptidão, e o sucesso no meio competitivo não depende somente de talento. Nosso diagnóstico aponta para outras profissões que são essenciais para o ecossistema funcionar em alto nível. Treinadores, preparadores físicos, psicólogos, nutricionistas, educadores físicos, cosplayers, narradores, comentaristas, streamers, podcasters, videomakers, designers, desenvolvedores de jogos, editores de vídeo, administradores, gestores de esporte são algumas dessas alternativas.

Impulsionados pelo desafio da pandemia, em menos de um ano nossa startup já construiu uma operação que promove uma série de ações on-line, como torneios semanais (Shotcups) que premiam gamers amadores. Segundo a Pesquisa Game Brasil (PGB), de 2021, cerca de 70% do público que pratica eSports no Brasil nunca experimentou ganhar dinheiro por meio dessa atividade.

Acreditamos no potencial deste mercado para incluir as camadas mais carentes de nossa sociedade. Justamente por isso criamos um modelo inédito de academia gamer, com o objetivo de ofertar capacitação, diversão e competição, tudo praticamente de graça. Em Salvador, a academia ainda funciona somente como estúdio de produção audiovisual e realização de pequenos eventos, até os protocolos liberarem toda a estrutura. No Rio de Janeiro, a comunidade gamer carioca poderá experimentar, em breve, 3.000 m2 de ambientação voltada para streaming, console, PC, mobile, produtos retrô, salas de mentorias, estúdio de criação audiovisual, salão para cosplaying, arena de combate e de drones, laboratórios 3D, exposição de produtos do mercado gamer, shows-matches e torneios amadores e profissionais com os games mais cultuados do momento. Enfim, uma estrutura propícia à interação entre marcas, entidades, influenciadores e coletivos gamers.

Pesquisas como a da PGB são categóricas em retratar que o mercado gamer é um dos que têm mais potencial para gerar oportunidades aos menos favorecidos, equilibrar o acesso entre os gêneros, oferecer mecanismos que auxiliem na educação da juventude, interagir com startups e empresas em busca permanente de inovação. Além de ser um meio onde as ações de marketing, quando compreendem os desejos da comunidade, obtêm os ganhos e o engajamento pretendidos. A pesquisa afirma que, após ver uma publicidade, 60% dos gamers de mobile (62% são mulheres) fazem download de um jogo. Destes, metade é influenciada por streamers e youtubers.

A reclusão imposta pela pandemia trouxe grandes desafios, responsabilidades e acabou por mudar um pouco nossos comportamentos. A PGB 2021 aponta que pais e filhos jogam juntos por mais tempo – cerca de 85% dos filhos dos entrevistados são gamers e o mesmo percentual joga com seus pais. O novo hábito resultou em consumo de mais conteúdo sobre games e eSports e mais dinheiro investido em produtos, eventos e tecnologia.

Acreditamos muito também nessa comunicação entre os eSports e os esportes tradicionais. Todos têm muito a aprender com os bons exemplos, os acertos e erros que nos incentivam a aprimorar o trabalho com ética e profissionalismo. Os eSports não mudarão por completo suas características, seu modus operandi, mas sua relação com a indústria global do esporte será cada vez mais próxima. E todos terão que se adaptar e fazer os ajustes necessários para gerar mais oportunidades em cada região do planeta.

waldo
Souza



PÁGINAS VERDES

CONTEÚDO DE RESPONSABILIDADE ABRAGESP

MINISTÉRIO DA CIDADANIA – SECRETARIA ESPECIAL DO ESPORTE

Presidente: Marcelo Reis Magalhães

SCS Quadra 09, Torre B, 1º andar

Edifício Parque Cidade Corporate - Asa Sul, Brasília – DF

CEP: 70308-200

www.gov.br/cidadania/pt-br

COMITÊ BRASILEIRO DE CLUBES

Presidente: Paulo Germano Maciel

R. Açaí, 566 - Bairro das Palmeiras, Campinas - SP

CEP: 13092-587

contato@cbclubes.org.br

www.cbclubes.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DO DESPORTO UNIVERSITÁRIO

Presidente: Luciano Cabral

SGAN 905, módulo E, Asa Norte, Brasília - DF

CEP: 70. 790-054

cbdu@cbdu.org.br

www.cbdu.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DO DESPORTO ESCOLAR

Presidente: Antônio Hora Filho

SBN Qd.02 Bloco F, Asa Norte – Ed. Via Capital, Brasília – DF

CEP 70.040-020

cbde@cbde.org.br

www.cbde.org.br

COMITÊ BRASILEIRO DE CLUBES PARALÍMPICOS

Presidente: João Batista Carvalho e Silva

Estr. Velha de Maricá, 4830 Bairro Rio do Ouro, Niterói – RJ

CEP: 24330-000

cbcp@clubesparalimpicos.org.br

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS CLUBES (FENACLUBES)

Presidente: Arialdo Boscolo

R. Açaí, 540, Bairro das Palmeiras, Campinas – SP

CEP 13092-587

fenaclubes@fenaclubes.com.br

www.fenaclubes.com.br

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE GESTÃO DO ESPORTE (ABRAGESP)

Presidente: Leandro Carlos Mazzei

Av. Diogo Gomes Carneiro, 400, 32C, Jardim Rosa Maria,

São Paulo - SP

CEP: 05547-030

gestao@abragesp.org.br

www.abragesp.org.br

COMITÊ OLÍMPICO DO BRASIL (COB)

Presidente: Paulo Wanderley

Av. das Américas, 899.

Barra da Tijuca, Rio de Janeiro - RJ

CEP 22631-000

imprensa@cob.org.br

www.cob.org.br

CONFEDERAÇÕES OLÍMPICAS

BAHIA

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SURF

Presidente: Adalvo Argolo

Av. Santa Luzia, 1.000, sl. 105 - Salvador

CEP: 40295-050

adalvoargolo@gmail.com

www.cbsurf.org.br

CEARÁ

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE KARATÊ

Presidente: Sebastião Hermes Queiroz

R. Pedro Rufino, 40, sl. A, Varjota – Fortaleza

CEP: 60175-100

karatecbk@uol.com.br

www.karatedobrasil.com

DISTRITO FEDERAL

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TRIATHLON

Presidente: Ernesto Teixeira Pitanga

Av. das Paineiras - Ed. Jardim Imperial, bl. B, sl. 114, Jardim Botânico – Brasília

CEP: 71681-125

presidente@cbtri.org.br

www.cbtri.org.br

MINAS GERAIS

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE LEVANTAMENTO DE PESO

Presidente: Enrique Montero Dias

R. Tenente Brito Melo, 1.355, sl. 1.101 - Belo Horizonte

CEP: 30180-070

cblp@cblp.org.br

PARANÁ

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CANOAGEM

Presidente: Rafael Girotto

R. Monsenhor Celso, 231, 7º andar - Curitiba

CEP: 80010-922

cbca@canoagem.org.br

www.canoagem.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CICLISMO

Presidente: José Luiz Vasconcellos

Av. Maringá, 627, 5º andar – Londrina

CEP: 86060-000

vasconcellos@cbc.esp.br

www.cbc.esp.br

RIO DE JANEIRO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BADMINTON

Presidente: José Roberto Santini Campos
R. Evandro Lins e Silva, 840 - Ed. Office Tower, sl. 1.71,
Barra da Tijuca – Rio de Janeiro
CEP: 22631-470
badminton@badminton.org.br
www.badminton.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASKETBALL

Presidente: Guy Peixoto
Av. Rio Branco, 245, 16º andar – Rio de Janeiro
CEP: 20040-009
cbb@brasilbasketball.com.br
www.cbb.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS AQUÁTICOS

Presidente: Luiz Fernando Coelho
Av. Presidente Vargas, 463, 7º andar – Rio de Janeiro
CEP: 20071-003
cbda@cbda.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESGRIMA

Presidente: Ricardo Pacheco Machado
R. da Assembleia, 10, sl. 2.612 - Rio de Janeiro
CEP: 20011-901
contato@cbesgrima.org.br
www.cbesgrima.org.br/

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HIPISMO

Presidente: Francisco José Mari
R. 7 de Setembro, 81, 3º andar – Rio de Janeiro
CEP: 20050-005
gerente@cbh.org.br
www.cbh.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HÓQUEI SOBRE A GRAMA E INDOOR

Presidente: Bruno Patrício Oliveira da Silva
R. Sete de Setembro, 92, Centro - Rio de Janeiro
CEP: 20.050-002

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE JUDÔ

Presidente: Sílvio Acácio Borges
R. Capitão Salomão, 40 - Humaitá
CEP: 22271-040
cbj@cbj.com.br
www.cbj.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE PENTATLO MODERNO

Presidente: Celso Sooma Sasaqui
R. Candelária, 9, sl. 602 e 604, Centro – Rio de Janeiro
CEP: 20091-904
pentatlo@pentatlo.org.br www.pentatlo.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE REMO

Presidente: Magali Moreira de Souza Oliveira
Av. Graça Aranha, 145, sl. 709 - Rio de Janeiro
CEP: 20030-003
cbr@remobrasil.com
www.remobrasil.com

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TAEKWONDO

Presidente: Alberto Cavalcante Maciel Júnior
Av. das Américas, 3.301, bl. 5, sl. 206, Barra da Tijuca – Rio de Janeiro
CEP: 22631-004
cbtkd@cbtkd.com.br
www.cbtkd.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TIRO COM ARCO

Presidente: João Luis da Cruz
Av. Ivone dos Santos Cardoso, 340, Itapeba - Maricá
CEP: 24913-000
presidente@cbtarco.org.br
www.cbtarco.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TIRO ESPORTIVO

Presidente: Jodson Gomes Edington Júnior
R. Miguel Couto, 105, sl. 922, Gericinó – Rio de Janeiro
CEP: 20070-030
cbte@cbte.org.br
www.cbte.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS DE MESA

Presidente: Alaor Gaspar Pinto Azevedo
R. Henrique de Novais, 190, Botafogo – Rio de Janeiro
CEP: 22281-050
cbtm@cbtm.org.br
www.cbtm.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL

Presidente: Walter Pitombo Laranjeiras
Av. Salvador Allende, 6.555, Rio Centro, Pavilhão 1 – Rio de Janeiro
CEP: 22783-127
institucional@volei.org.br
www.cbv.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VELA

Presidente: Marco Aurélio de Sá Ribeiro
Av. Infante Dom Henrique, s/n, Marina da Glória, loja 19A, Glória – Rio de Janeiro
CEP: 20021-140
cbvela@cbvela.org.br
www.cbvela.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL

Presidente: Antônio Carlos Nunes de Lima
Av. Luis Carlos Prestes, 130, Barra da Tijuca – Rio de Janeiro
CEP: 22775-055
cbf@cbf.com.br
www.cbf.com.br

SÃO PAULO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESCALADA ESPORTIVA

Presidente: Raphael Nishimura

R. Pascal, 1.353 - Campo Belo

CEP: 04616-004

contato@abee.net.br

www.abee.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ATLETISMO

Presidente: Wlamir Leandro Motta Campos

Estr. Municipal Antônio Franco de Lima - Bragança Paulista

CEP: 12918-240

cbat@cbat@org.br

www.cbat.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASEBALL E SOFTBALL

Presidente: Jorge Otsuka

R. Visconde de Ourem, 161, Jd. Aeroporto – São Paulo

CEP: 04632-020

secretaria@cbbs.com.br

www.cbbs.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BOXE

Presidente: Marcos Candido Brito

R. Gomes Freire, 330, Lapa – São Paulo

CEP: 05075-010

marcos@cbboxe.com.br

www.cbboxe.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NA NEVE

Presidente: Karl Anders Pettersson

R. Urussuí, 300, cj. 102, Itaim Bibi – São Paulo

CEP: 04542-903

contato_cbdn@cbdn.org.br

www.cbdn.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NO GELO

Presidente: Matheus Bacelo de Figueiredo

Av. Major Sylvio Magalhães Padilha, 16.741 - Galeria 1.688, Jardim Morumbi – São Paulo

CEP: 05693-000

informa@cbdg.org.br

www.cbdg.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE GOLFE

Presidente: Osmar da Costa Sobrinho

R. Pais de Araújo, 29, 3º andar, cj. 32 e 33, Itaim Bibi – São Paulo

CEP: 04531-090

presidencia.cbg@cbg.com.br

www.cbg.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE RUGBY

Presidente: Mariana Miné

Av. das Nações Unidas, 12.495, cj. 11ª, Cidade Monções – São Paulo

CEP: 04578-000

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SKATE

Presidente: Eduardo Musa

Av. Paulista, 1.313 (prédio da Fiesp - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), sl. 1.010 -
São Paulo

CEP: 01311-923

esporte@cbsk.com.br

www.cbsk.com.br

SANTA CATARINA

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS

Presidente: Rafael Westrupp

Av. Governador Irineu Bornhausen, s/n, Agronômica - Florianópolis

CEP: 88025-200

cbt@cbtenis.com.br

www.cbtenis.com.br

SERGIPE

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HANDEBOL

Presidente: Felipe Tadeu Moreira Lima do Rêgo Barros

Complexo Desportivo Lourival Baptista

R. Vila Cristina, 1.010, sl. 9, Treze de Julho - Aracaju

CEP: 49020-150

sec@cbhb.org.br

www.cbhb.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE GINÁSTICA

Presidente: Luciene Resende

Av. Dr. Edésio Vieira de Melo, 419 – Aracaju

CEP: 49050-240

luciene@cbginastica.com.br

www.cbginastica.com.br

CONFEDERAÇÕES RECONHECIDAS PELO COB

SÃO PAULO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DANÇA DESPORTIVA

Presidente: William Miyashiro

R. Rio Jundiaí, 380, Jd. Santo Antônio - Campo Limpo Paulista

CEP: 13232-060

cndds@cndds.org.br

www.cndd.org.br

RIO DE JANEIRO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BEACH SOCCER

Presidente: Rodrigo Royo

Estr. dos Bandeirantes, 8.200, Loj. A, Lot. 24, Pal. 9600, Jacarepaguá – Rio de Janeiro

CEP: 22780-084

contato@cbsb.com.br

www.cbsb.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ARTE SAMBÔ

Presidente: Carlos Maia

R. Doutor Bulhões, 915, casa 2, ap. 201 - Engenho de Dentro

CEP: 20730-420

cbas.br@gmail.com

www.sambobrasil.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMOBILISMO

Presidente: Giovanni Guerra

R. da Glória, 290, 8º andar, BairroGlória – Rio de Janeiro

CEP: 20241-180

cba@cba.org.br

www.cba.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE PESCA E DESPORTOS SUBAQUÁTICOS

Presidente: Eduardo Paim Bracony

R. Cândido Gaffrée, 174 – Rio de Janeiro

CEP: 22291-080

cbpds@cbpds.org.br

www.cbpdscmas.com

MATO GROSSO DO SUL

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MOTOCICLISMO

Presidente: Firmo Henrique Alves

Rua Grápia, 8, Carandá Bosque – Campo Grande

CEP: 79032-550

cbm@cbm.esp.br

www.cbm.esp.br

RIO GRANDE DO SUL

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MUAYTHAI TRADICIONAL

Presidente: Carlos Julho Camacho

R. Dona Laura, 646 - Rio Branco

Porto Alegre

CEP: 90430-090

sec@cbmtt.com.br

www.cbmtt.com.br

CONFEDERAÇÕES NÃO OLÍMPICAS

CEARÁ

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL DE SALÃO - FUTSAL

Presidente: Marcos Antônio Madeira

Av. Dom Luís, 880, sl. 305/306 - Meireles Fortaleza

CEP: 60160-196

cbfs@cbfs.com.br

www.cbfs.com.br

DISTRITO FEDERAL

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BOLICHE

Presidente: Guy Igliori Machado

SEPS 705/905, bl. A, sl. 517 - Brasília

CEP: 70390-055

cbbol@cbbol.org.br

www.bolichebrasil.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CAPOEIRA

Presidente: Ricardo Cavalcante Alcântara de Oliveira
Qd. SRTN, 701, qd. 1 - Brasília
CEP: 70297-400
cbcpresidencia@gmail.com
www.cbcapoeira.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTO UNIVERSITÁRIO

Presidente: Luciano Cabral
SGAN 905, módulo E, Asa Norte - Brasília
CEP: 70790-054
cbdu@cbdu.com.br
www.cbdu.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTO ESCOLAR

Presidente: Antônio Hora Filho
SBN Qd. 2, bl. F, Asa Norte, Ed. Via - Brasília
CEP: 70040-020
cbde@cbde.org.br
www.cbde.org.br

ESPÍRITO SANTO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE XADREZ

Presidente: Máximo Igor Macedo
R. Alfredo Potratz, 355 - Santa Maria de Jetibá
CEP: 29645-000
cbx@cbx.org.br
www.cbx.org.br

RIO DE JANEIRO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE SQUASH

Presidente: José Henrique Lopes
R. Cândido Mendes, 581, Glória – Rio de Janeiro
CEP: 20241-220
carlos.paiva@cbsquash.com.br
www.cbsquash.com.br

SÃO PAULO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VÔO E VELA

Presidente: Valéria Caselato
Pç. Rocha Falcão, 47, sl. 5, Vila Jaguara – São Paulo
CEP: 05115-120
secretaria@planadores.org.br
www.planadores.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE PARAQUEDISMO

Presidente: Uellinton Mendes de Jesus
Aeroporto Municipal de Boituva
Caixa Postal 161 - Boituva
CEP: 18550-000
cbpq@cbpq.org.br
www.cbpq.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE MUSCULAÇÃO, FISCULTURISMO E FITNESS

Presidente: Diana Monteiro
R. Ezequiel Freire, 55, sl. 51 – São Paulo
CEP: 21540-005
secretaria@ifbbbrasil.com.br
www.ifbb.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HÓQUEI E PATINAÇÃO

Presidente: Moacyr Neuenschwander Filho
R. Mario de Andrade, 48, sl. 215 – São Paulo
CEP: 01154-060
cbhp@cbhp.com.br
www.cbhp.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE KUNGFU WUSHU

Presidente: Rafael Rodrigues Uliani
R. Conceição, 233, sl. 916, Centro - Campinas
CEP: 13010-916
presidencia.cbkw@gmail.com
www.cbkw.org.br

COMITÊ PARALÍMPICO BRASILEIRO (CPB)

Presidente: Mizael Conrado
Endereço: Rodovia dos Imigrantes KM 11,5, s/n - Vila Guarani, São Paulo - SP
CEP: 04329-000
ouvidoria@cpb.org.br
www.cpb.org.br

CONFEDERAÇÕES PARALÍMPICAS

DISTRITO FEDERAL

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TRIATHLON

Presidente: Ernesto Teixeira Pitanga
Av. das Paineiras - Ed. Jardim Imperial, bl. B, sl. 114, Jardim Botânico, Brasília - DF
CEP: 71681-125
presidente@cbtri.org.br
www.cbtri.org.br

PARANÁ

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CANOAGEM

Presidente: Rafael Girotto
Rua Monsenhor Celso, nº 231, 6º andar
Centro, Curitiba - PR
CEP: 80010-150
cbca@canoagem.org.br
www.canoagem.org.br

RIO DE JANEIRO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASQUETEBOL EM CADEIRA DE RODAS

Presidente: Mario Belo
R. da conceição 188, salas 1807 A e B, edifício Torre Seller Center, Niterói – RJ
CEP: 24020-087
contato@cbbc.org.br
www.cbbc.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE REMO

Presidente: Magali Moreira de Souza Oliveira
Av. Graça Aranha, 145, sl. 709 - Rio de Janeiro
CEP: 20030-003
cbr@remobrasil.com
www.remobrasil.com

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TIRO COM ARCO

Presidente: João Luis da Cruz
Av. Ivone dos Santos Cardoso, 340, Itapeba, Maricá - RJ
CEP: 24913-000
presidente@cbtarco.org.br
www.cbtarco.org.br

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RÚGBI EM CADEIRA DE RODAS

Presidente: Luiz Claudio Alves Pereira
Av. Rio Branco, 120, Sl. 434, Centro,
Rio de Janeiro – RJ
CEP: 20040-001
secretaria@rugbiabrc.org.br
rugbiabrc.org.br

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE DESPORTO PARA DEFICIENTES

Presidente: Artur Cruz
R. Antônio Batista Bittencourt, 17/201, Recreio dos Bandeirantes, Rio de Janeiro – RJ
CEP: 22790-250
ande@ande.org.br
ande.org.br

SANTA CATARINA

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TÊNIS

Presidente: Rafael Westrupp
Av. Governador Irineu Bornhausen, s/n
Agrônômica, Florianópolis – SC
CEP: 88025-200
tecnico@cbtenis.com.br
www.cbt-tenis.com.br

SÃO PAULO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS DE DEFICIENTES VISUAIS

Presidente: José Antônio Ferreira Freire
R. do Orfanato, nº 760 - sala 72, Vila Prudente, São Paulo – SP
CEP 03131-010
cbdvdv@cbdvdv.org.br
cbdvdv.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS PARA DEFICIENTES INTELECTUAIS

Presidente: Adilson Pereira Ramos

R. Emboaçava, 147, Parque da Mooca, São Paulo – SP

CEP: 03114-000

leo.abdem@hotmail.com

cbdi.org.br

SERGIPE

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VOLEIBOL PARA DEFICIENTES

Presidente: Angelo Alves Neto

R. José Freire, nº 508, bairro Salgado Filho, Aracaju-SE

CEP 49020-410

cbvd@cbvd.org.br

cbvd.org.br

CONFEDERAÇÕES RECONHECIDAS PELO CPB

PARANÁ

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE CICLISMO

Presidente: José Luiz Vasconcellos

Av. Maringá, 627, 5º andar, Londrina - PR

CEP: 86060-000

vasconcellos@cbc.esp.br

www.cbc.esp.br

RIO DE JANEIRO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE VELA ADAPTADA

Presidente: Samuel Fernando Linhares

Av. das Américas, 7899, Bloco 2, Sala 209, Edifício Platinum Advanced,

Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – RJ

CEP: 22.793-082

cbva@uol.com.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE TAEKWONDO

Presidente: Alberto Cavalcante Maciel Júnior

Av. das Américas, 3.301, bl. 5, sl. 206, Barra da Tijuca - RJ

CEP: 22631-004

cbtkd@cbtkd.com.br

www.cbtkd.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE HIPISMO

Presidente: Francisco José Mari

R. 7 de Setembro, 81, 3º andar, Rio de Janeiro - RJ

CEP: 20050-005

gerente@cbh.org.br

www.cbh.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BADMINTON

Presidente: José Roberto Santini Campos

R. Evandro Lins e Silva, 840 - Ed. Office Tower, sl. 1.715, Barra da Tijuca - RJ

CEP: 22631-470

badminton@badminton.org.br

www.badminton.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE ESGRIMA

Presidente: Ricardo Pacheco Machado
R. da Assembleia, 10, sl. 2.612, Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20011-901
contato@cbesgrima.org.br
www.cbesgrima.org.br/

SÃO PAULO

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NA NEVE

Presidente: Karl Anders Pettersson
R. Urussuí, 300, cj. 102, Itaim Bibi, São Paulo - SP
CEP: 04542-903
contato_cbdn@cbdn.org.br
www.cbdn.org.br

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NO GELO

Presidente: Matheus Bacelo de Figueiredo
Av. Major Sylvio Magalhães Padilha, 16.741, Galeria 1.688, Jardim Morumbi, São Paulo - SP
CEP: 05693-000
informa@cbdg.org.br
www.cbdg.org.br

CURSOS DE GRADUAÇÃO

Base de informações no e-MEC do Ministério da Educação.
Considerados os cursos que estão ativos, possuem mais de cinco anos de existência e turmas de graduados.

CEARÁ - FORTALEZA

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Emmanuel Alves Carneiro
Lucrativos
Av. Jorge Dumar, 1.703, Jardim América
CEP: 60410-426
ifce.edu.br
(85) 3401-2300

MARANHÃO - CHAPADINHA

Faculdade do Baixo Parnaíba (FAP)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenadora: Rosinalda Araujo e Silva
Lucrativos
Av. Ataliba Vieira de Almeida, 1.452, Centro
CEP: 65500-000
https://www.fapeduca.com/
(98) 3471-1955

RIO DE JANEIRO - RIO DE JANEIRO

Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Leandro Ribeiro de Lacerda
Lucrativos
R. Muniz Barreto, 51, Botafogo
CEP: 22251-090
www.facha.edu.br
(21) 2102-3100

RIO GRANDE DO NORTE - NATAL

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Augusto Ribeiro Dantas
Pública - Federal
Av. Rio Branco, 743, Cidade Alta
CEP: 59025-003
portal.ifrn.edu.br
(84) 4005-0967

RIO GRANDE DO SUL - PORTO ALEGRE

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Eduardo Mathias Cristello
Pública - Federal
R. Alberto Hoffmann, 285
CEP: 91791-508
www.ifrs.edu.br
(54) 3449-3300

SÃO PAULO - SÃO PAULO

Faculdade de Tecnologia Carlos Drummond de Andrade (CSET Drummond)
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Eduardo Natali Della Valentina
Lucrativos
Av. São Miguel, 4.335, Ponte Rasa
CEP: 03620-001
drummond.com.br
(11) 2942-1488

SÃO PAULO - SÃO PAULO

Faculdade de Tecnologia e Negócios Carlos Drummond de Andrade
Gestão Desportiva e de Lazer
Modalidade: presencial
Coordenador: Eduardo Natali Della Valentina
Lucrativos
Av. Penha de França, 35
CEP: 03606-010
drummond.com.br
(11) 2942-1489

CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO

Base de informações no e-MEC do Ministério da Educação.
Considerados os cursos que estão ativos, possuem mais de dois anos de existência e tiveram mais de 30 alunos já graduados.

MINAS GERAIS - BELO HORIZONTE

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas)
Gestão de Organizações do Esporte e do Lazer
Área: saúde e bem-estar
Modalidade: presencial
Coordenadora: Marcia Campos Ferreira
Lucrativos
R. Dom José Gaspar, 500, Coração Eucarístico
CEP: 30535-901
(31) 3319-4444

MINAS GERAIS - BELO HORIZONTE

Faculdade Cedin
MBA em Negócios no Esporte e Direito Desportivo
Área: negócios, administração e direito
Modalidade: presencial
Coordenador: Leonardo de Oliveira Máximo
Lucrativos
R. Alagoas, 772, 4º andar, Funcionários
CEP: 30130-160
www.cedin.com.br
(31) 98643-1625

SÃO PAULO - BATATAIS

Centro Universitário Claretiano (Ceucar)
Gestão Esportiva
Área: serviços
Modalidade: a distância (EAD)
Coordenador: Luis Claudio de Almeida
Lucrativos
R. Dom Bosco, 466, Castelo
CEP: 14300-000
claretiano.edu.br
0800 340 4177

RIO DE JANEIRO - RIO DE JANEIRO

Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha)
Gestão de Conteúdo & Jornalismo Esportivo
Área: negócios, administração e direito
Modalidade: presencial
Coordenador: Leandro Lacerda
Lucrativos
R. Muniz Barreto, 51, Botafogo
CEP: 22251-090
(21) 2102-3100

RIO DE JANEIRO - RIO DE JANEIRO

Trevisan Escola Superior de Negócios
MBA em Gestão e Marketing Esportivo
Área: negócios, administração e direito
Modalidade: a distância (EAD)
Coordenador: Georgios Stylianos Hatzidakis
Lucrativos
R. 1º de Março, 33, 10º e 11º andares, Centro
CEP: 20010-000
trevisan.edu.br
(11) 3132-5200

SÃO PAULO - SÃO PAULO

Trevisan Escola Superior de Negócios
MBA em Gestão e Marketing Esportivo
Área: negócios, administração e direito
Modalidade: presencial
Coordenador: Georgios Stylianos Hatzidakis
Lucrativos
Av. Tiradentes, 988, Luz - lado par
CEP: 01102-000
trevisan.edu.br
(11) 3132-5200

SANTA CATARINA - BLUMENAU

Centro Universitário Leonardo da Vinci (Uniasselvi)
Gestão e Organização Esportiva
Área: negócios, administração e direito
Modalidade: a distância (EAD)
Coordenadora: Naiandra Dittrich
Lucrativos
R. 15 de Novembro, 1.357, Centro
CEP: 88701-210
www.portal.uniasselvi.com.br
(47) 98846-3747

PARA UMA BOA LEITURA

A Saga de um Campeão - Lars Grael

A Vida é um Jogo - Tande

A Vitória Vem dos Céus - Rodrigo Koch e Antônio Carlos Pereira

Alex, a Biografia - Marcos Eduardo Neves

Aqui tem! Vitórias e Memórias - Fernando Meligeni e André Kfourti

Atletas Olímpicos Brasileiros - Katia Rubio

Correr: o Exercício, a Cidade e o Desafio da Maratona - Drauzio Varella

Correria: Histórias do Universo da Corrida - Sérgio Xavier Filho

Escola Brasileira de Futebol - Paulo Vinícius Coelho

Filho teu não Foge à Luta - Fellipe Awi

Futebol ao Sol e à Sombra - Eduardo Galeano

Herói por Nós: Adhemar Ferreira da Silva, o Ouro Negro Brasileiro - Tânia Mara Siviero

História dos Esportes - Orlando Duarte

Jackie do Brasil - Jacqueline Silva

Legados de Megaeventos Esportivos - Nelson Carvalho Marcellino

Lições da Água - Gustavo Borges

Longevidade e Esporte - Maria Lenk

Magic Paula: a Trajetória de uma Campeã - Cecílio Elias Netto

Marketing Futebol Clube - Luiz Claudio Zenone

O Algoritmo da Vitória - Adriana Salles Gomes e José Salibi Neto

O Desafio das Águas - Fabiana Beltrame

O Negro no Futebol Brasileiro - Mario Filho

Transformando Suor em Ouro - Bernardinho

Vencer ou Morrer - Gilberto Agostino



TRANSFORMANDO O BRASIL EM UMA NAÇÃO ESPORTIVA