

A thick black L-shaped frame surrounds the text. The top horizontal bar is on the left, the left vertical bar is on the left, and the bottom horizontal bar is on the right.

MARKETING E COMUNICAÇÃO NO ESPORTE

Prof. Dr. Ivan Furegato Moraes

AULA 3 - SUMÁRIO

■ Tópicos:

- ✓ Esporte;
- ✓ Indústria do Esporte;
- ✓ Entretenimento e esporte;
- ✓ Gestão do Esporte.

ESPORTE

■ O QUE SIGNIFICA O ESPORTE?

ESPORTE



ESPORTE



ESPORTE



ESPORTE



ESPORTE



Rio 2016



ESPORTE

É um **valor cultural** que mobiliza grandes contingentes de pessoas por apresentar em sua essência um **forte conteúdo lúdico e emocional**. Quer como praticante ou como espectadora, parte da população mundial vai aos estádios, quadras e piscinas em busca de um **espetáculo** ou à procura dos **benefícios para a saúde** que a atividade física proporciona.

(Nicolini, 2006)

■ Esporte como fenômeno:

- Esporte educação => visão educacional, saúde/desenvolvimento e social;
 - Esporte participação => visão social e de saúde/bem-estar;
 - Esporte desempenho => visão competitiva e mercadológica.

INDÚSTRIA DO ESPORTE

✓ O esporte moderno surge na Inglaterra, no final do século XIX, e rapidamente se expande globalmente;

✓ Três grandes fases (Rocco Junior, 2019):

1. Fator de distinção social (±1840 - 1930):

✓ O esporte moderno surge entre a elite e a burguesia inglesa;

✓ Essa origem inicialmente o restringe as camadas superiores da sociedade: tempo e dinheiro;

✓ Surge o modelo clubista (jockey club): fator de distinção social.



INDÚSTRIA DO ESPORTE

2. Uso político do esporte (1930 - 1992):

- ✓ Começa com o surgimento de regimes totalitários na Europa e ganha força após a II Guerra Mundial;
 - ✓ A popularização do esporte moderno atraiu a atenção dos governos e políticos, que veem nele uma ferramenta de dominação e controle;
 - ✓ O esporte passa a ser usado politicamente mundialmente, como campo de guerras simuladas e forma de evidenciar a superioridade dos países.



INDÚSTRIA DO ESPORTE

■ Negócio (1992 – hoje):

- ✓ A partir do final da Guerra Fria e das Olimpíadas de Barcelona;
- ✓ Foco no lazer, entretenimento, saúde, bem-estar;
- ✓ Esporte torna-se um negócio global, consolidando-se como uma indústria e entra na Indústria do Entretenimento.



ESPORTE NEGÓCIO

■ Esporte hoje:

- As opções esportivas em termos de prática e consumo, como lazer/entretenimento, nunca foram tão variadas;
- A Indústria do Esporte está cada vez mais ampla, mercantilizada, competitiva, dinâmica e global;
 - Esporte, como **produto**, apresenta uma combinação única de qualidades que são aproveitadas ao máximo pelas entidades esportivas e, também, por empresas de outras áreas;
 - Destaca-se o aproveitamento máximo do vínculo gerado pela emoção e sensações do esporte no praticante e no consumidor esportivo;
- **As organizações esportivas que não enxergam e aproveitam o potencial mercadológico do esporte, especialmente a sua relação com a Indústria do Entretenimento, possuem dificuldades para obterem receitas e serem sustentáveis e duradouras.**

DILEMA DA MERCANTILIZAÇÃO

Esporte como competição:

- ✓ Foco no resultado esportivo justo e equilibrado;
- ✓ Espírito de competição pura (*fair play*);
 - ✓ Integridade do jogo;
 - ✓ Relação próxima e de cumplicidade com o atleta;
 - ✓ Sentimento emocional e comunitário.

Esporte como negócio:

- ✓ Esporte é mais um produto da Indústria Cultural;
- ✓ Praticantes e torcedores são consumidores;
- ✓ Relação torcedor-atleta é uma relação de consumo;
- ✓ Forte sentimento racional e de negócio;
 - ✓ Entretenimento.

ENTRETENIMENTO

- Do inglês *entertainment*, derivado do latim *intertenerere*: inter (entre) + tenere (segurar) => manter alguém em determinada disposição => manter a atenção de forma agradável;
- Bramante (2006): entretenimento é a perspectiva do lazer que o considera como uma mercadoria, um negócio => negócios do lazer => Indústria do Entretenimento;
- Limeira (2008): entretenimento é a oferta de atividades lúdicas que proporcionam diversão por meio de experiências emocionais e sensoriais => venda de experiências;
- O objetivo é gerar um estímulos externos para distrair, ajudar a passar o tempo, divertir, diferenciando-se de outras atividades de lazer por ser menos racional e intelectual e mais passiva e descompromissada;
- Como fruto da Indústria Cultural, visa proporcionar prazer/diversão para uma grande audiência/massa, normalmente de forma passiva.

ENTRETENIMENTO

- Savastano (2008) aponta que o produto principal do entretenimento é a **emoção**, amplificada por experiências que geram estímulos sensoriais e mentais;

Assim, o entretenimento enquanto consumo hedonista, relativo ao prazer sensorial, vem atender à necessidade de excitação, fundamental para a sobrevivência do homem, tanto quanto a de alimentação, segurança ou autoestima. [...]

Quando o nível de estimulação fica abaixo do nível ideal, a pessoa se sente entediada e busca experiências estimulantes, busca a excitação...

- Normalmente, o entretenimento é multissensorial, gerando **reações fisiológicas** (suor, frio, tontura, choro, riso) e **psicológicas** (alegria, raiva, paixão, angustia, medo).

ENTRETENIMENTO

■ Assim, o principal produto são as emoções, experiências, sonhos, diversão e felicidade;

■ Para isso são oferecidos diversos bens e serviços, como:

✓ Literatura;

✓ Canais de televisão;

✓ Dança;

✓ Internet;

✓ Teatro;

✓ Jogos e videogames;

✓ Música;

✓ Parques de diversão;

✓ Shows

✓ Esporte;

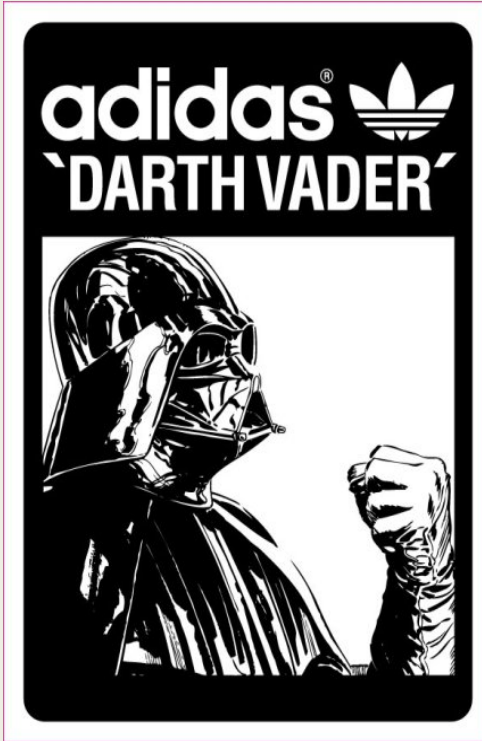
✓ Jornais, revistas;

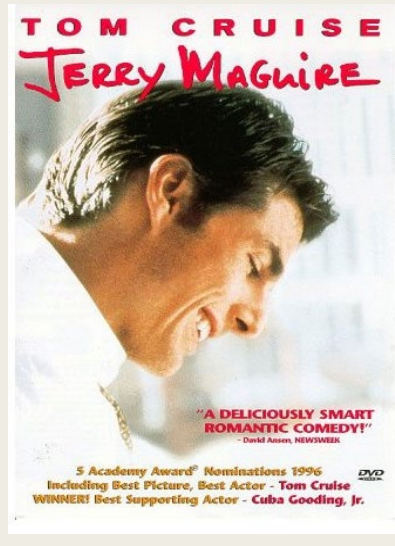
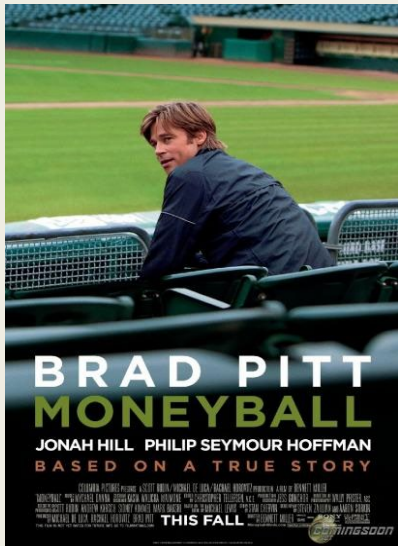
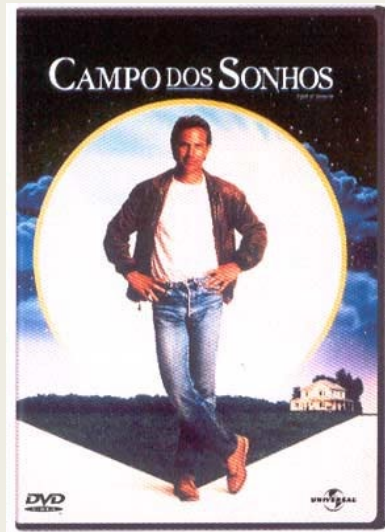
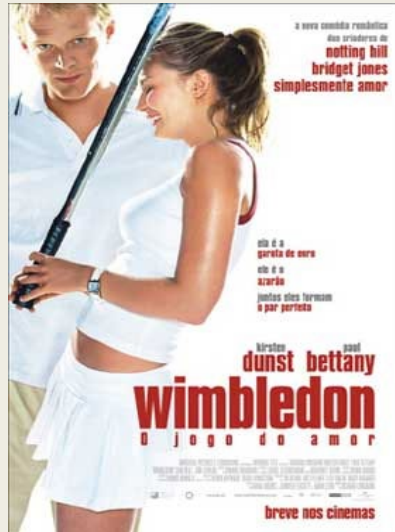
✓ Etc.

✓ Cinema;

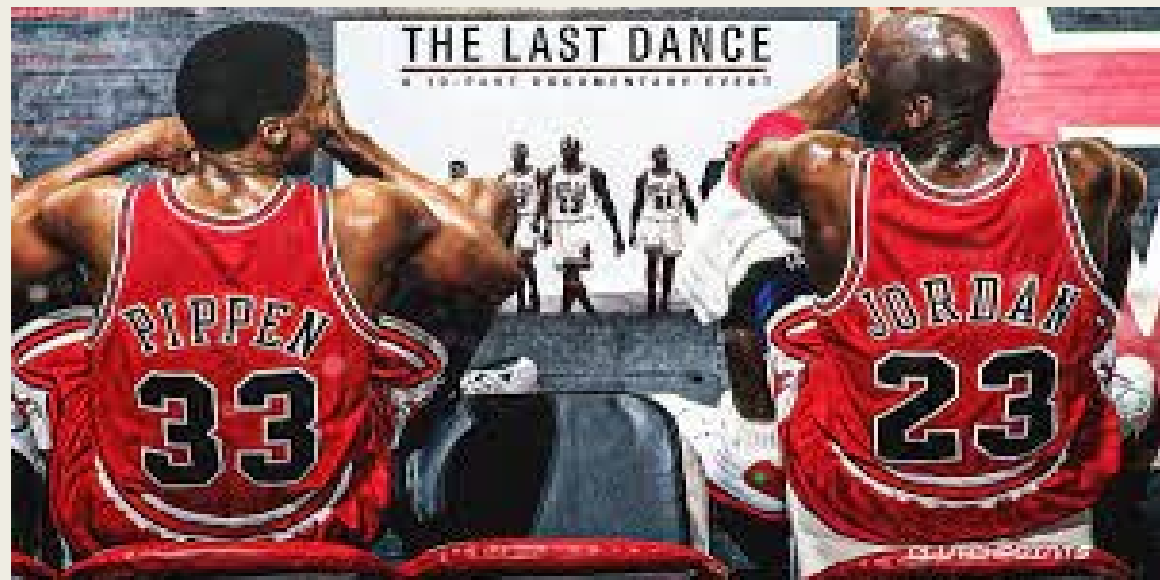
ESPORTE E ENTRETENIMENTO

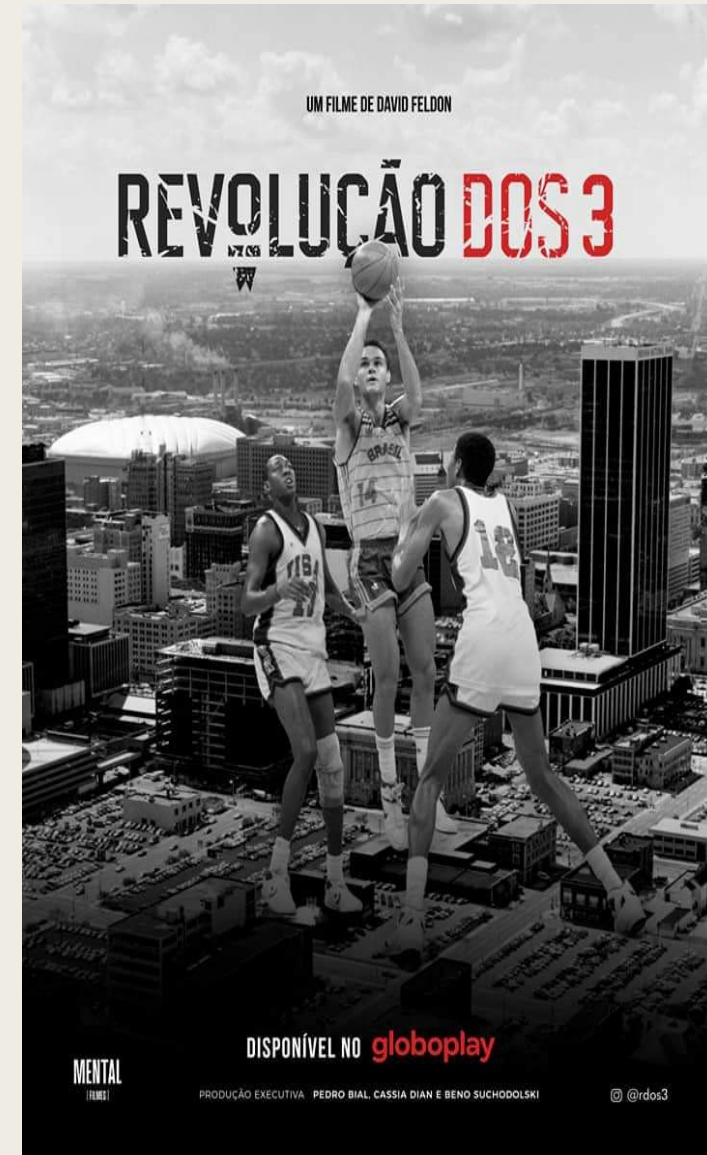
- Esporte pode ser caracterizado como uma atividade física geradora de emoções, prazer e diversão;
 - Permite sair da rotina diária, ser uma válvula de escape e uma fábrica de emoções e sonhos;
- Como entretenimento, o esporte é diferente => espontâneo, sem controle direto, efêmero e imprevisível;
 - Fácil compreensão e de alcance global e popular, com produção relativamente fácil e barata;
 - Emoções geradas são multissensoriais, diversas, profundas e compartilhadas;
- Possibilita a conexão/diálogo com outros negócios, elementos culturais e do entretenimento;
 - Consumo inicialmente hedônico => necessidade.









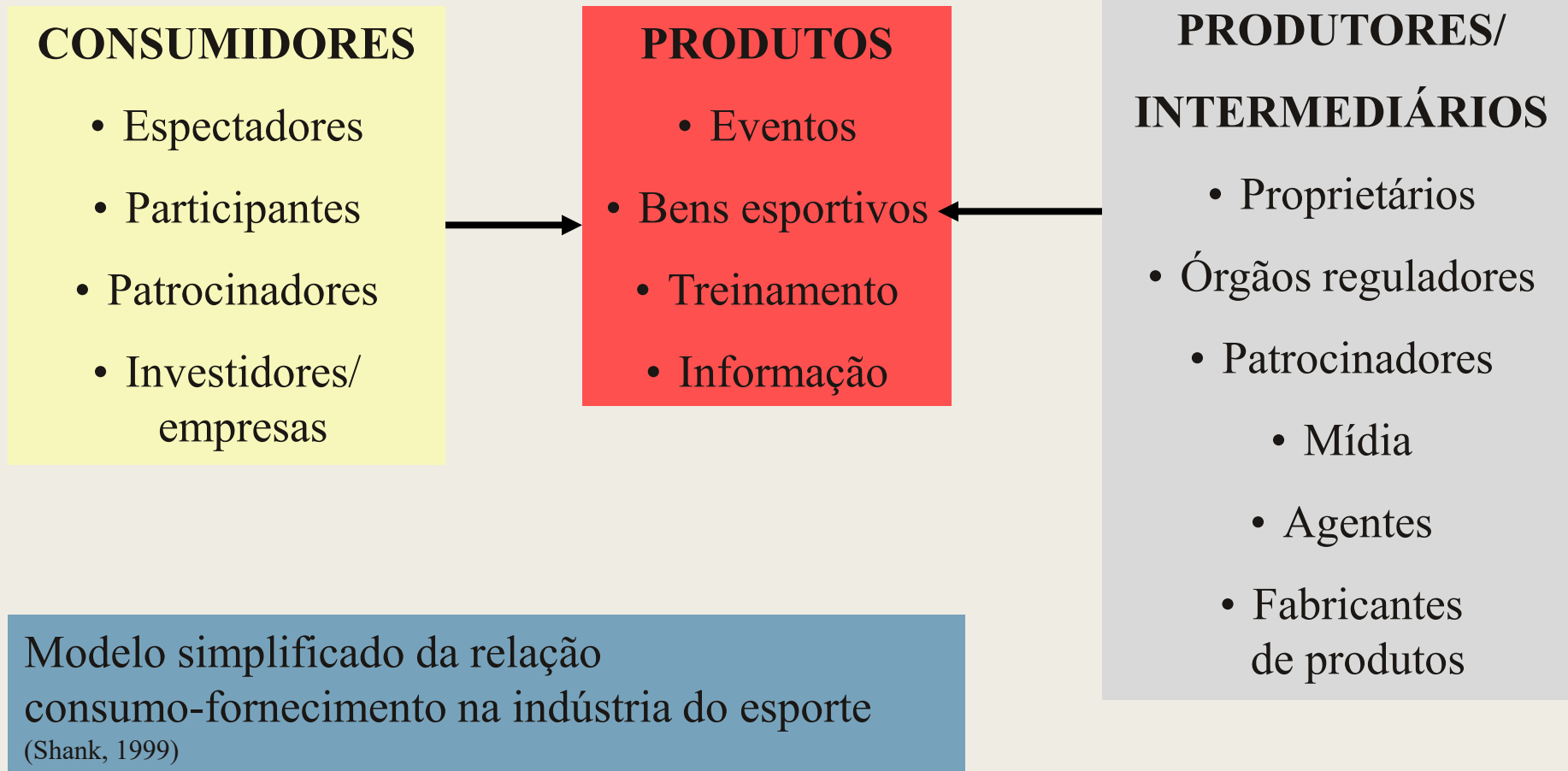




INDÚSTRIA
DO ESPORTE



INDÚSTRIA DO ESPORTE



INDÚSTRIA DO ESPORTE

■ Pitts e Stotlar (2002):

[...] mercado no qual os produtos oferecidos aos compradores relacionam-se a esporte, fitness, recreação ou lazer e podem incluir atividade, bens, serviços, pessoas, lugares ou ideias.

■ Formada por três segmentos:



INDÚSTRIA DO ESPORTE



INDÚSTRIA DO ESPORTE

- Brasil: Bastos e Mazzei (2021) apresentam modelo da Indústria do Esporte:



GESTÃO DO ESPORTE

- Gestão do Esporte pode ser definida como a aplicação dos princípios de Gestão/Administração nas organizações esportivas (Rocha; Bastos, 2011);
- Processo de trabalhar com pessoas e recursos materiais para realizar os objetivos das organizações esportivas de maneira eficaz;
 - Baseia-se em **conceitos, ferramentas e processos da Administração**, com destaque para o processo de planejamento, estruturação, execução, liderança e controle e avaliação.

GESTÃO DO ESPORTE

- Na Gestão do Esporte podemos identificar 3 linhas principais:

1. ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS PRODUTORAS

- ✓ É a linha mais antiga e desenvolvida;
- ✓ **Foca na aplicação das teorias, processos e ferramentas nas organizações esportivas que possuem o esporte como principal produto;**
- ✓ Exemplo: clubes, federações, confederações, ligas, academias, escolas esportivas, etc.

GESTÃO DO ESPORTE

- Coordenação dos **limitados recursos** humanos e materiais, das tecnologias relevantes e das **contingências situacionais** para uma eficiente **produção e comercialização** dos serviços e produtos esportivos (Chelladurai, 2009).



GESTÃO DO ESPORTE

2. INDÚSTRIA DO ESPORTE

- ✓ Surge nos Estados Unidos a partir do seu amplo desenvolvimento esportivo;
- ✓ O esporte é considerado um amplo setor econômico;
- ✓ **A gestão não deve se restringir apenas a administração de organizações esportivas, mas abranger toda a gama de atividades e organizações relacionadas, diretamente ou indiretamente, ao esporte.**



Some Segments of the Sport Business Industry

- Sports tourism
- Sporting goods
- Sports apparel
- Amateur participant sports
- Professional sports
- Recreation
- High school and college athletics
- Outdoor sports
- Sport marketing firms
- Sports sponsorship industry
- Sports-governing bodies

GESTÃO DO ESPORTE

3. ESPORTE PARA TODOS

- ✓ Surgiu na Europa na década de 1970 em oposição ao caráter apenas competitivo do esporte;
- ✓ Possui forte participação dos governos com uma visão mais ampla, inclusiva, educacional e social;
- ✓ **A gestão deve garantir que toda a população tenha condições para praticar o esporte.**



■ E a relação do Marketing e da comunicação com o esporte e as organizações esportivas???

ENCERRAMENTO

■ **CHAMADA!!!**

REFERÊNCIAS

BASTOS, F. C. Administração esportiva: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil. **Motrivivência**, v.20-21, p. 295-306, Disponível em: <https://goo.gl/Qer9yk>. Acesso em: 24 jan. 2022.

CHELLADURAI, P. **Managing Organizations for Sport and Physical Activity**. 3. ed. Scottsdale: Holcomb Hathaway Publishers, 2009.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**: edição compacta. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MAZZEI, L. C.; BASTOS, F. C. **Gestão do Esporte no Brasil**. São Paulo: Ícone Editora, 2012.

MAZZEI, L. C.; ROCCO JÚNIOR, A. J. Um ensaio sobre a Gestão do Esporte: um momento para a sua afirmação no Brasil. **Revista de Gestão e Negócios do Esporte (RGNE)**, v. 2, n. 1, p. 96-109, 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/HRy2gj>>. Acesso em: 24 jan. 2022.

PITTS, B. G.; STOTLAR, D. K. **Fundamentos do marketing esportivo**. São Paulo: Phorte, 2002.

ROCCO JUNIOR. A. J. **Evolução do consumidor do esporte**: da distinção social à imersão digital. 2019. 115 f. Tese de Livre Docente - Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

ROCHA, C. M.; BASTOS, F. C. Gestão do Esporte: definindo a área. **Rev. bras. educ. fís. esporte**, v.28, n. n. spe., p. 91-103, jun. Disponível em: <https://goo.gl/baSxtB>. Acesso em: 24 jan. 2022.

SESI-SP. **Gestão Esportiva**. São Paulo: Sesi-SP Editora, 2013.

ATÉ A PRÓXIMA!!!!



**BONS
ESTUDOS!**