



APÊNDICE B PROJETO DE PESQUISA DO PROFESSOR

Nome do Professor:	Leandro Ribeiro de Lacerda	Matrícula:	022629
Curso Relacionado:	JN, PP, RP, DSG, CIN, DIR, MKT, ADM	Data:	04/07/2023
Título do Projeto do Professor:	Esporte S.A. Um olhar sobre a prática esportiva com uma perspectiva interdisciplinar		

1. Tema Delimitado:

O esporte e suas várias vertentes no jornalismo, na publicidade, nas relações públicas, no design, no cinema, no direito, no marketing e na administração.

2. Justificativa:

Em 2016, o Brasil sediou os Jogos Olímpicos. Com o advento global da internet, a competição ganhou o status de “jogos mais sociais” da história (LUI, 2016). De fato, os números são impressionantes. Durante os 16 dias de evento, foram 187 milhões de tweets; um bilhão e meio de interações via Facebook; dois bilhões de snaps e um bilhão de minutos de vídeos olímpicos consumidos no YouTube (AKHTAR, 2016; NBC SPORTS GROUP, 2016).

Tamanha interatividade também se explica pelo fato de que, pela primeira vez, houve uma integração completa entre televisão e internet (TANG & COOPER, 2017). Isto foi possível graças a investimentos significativos em computação na nuvem e streaming de áudio e vídeo (BILAL et al., 2017; GOROSTEGUI et al., 2017; MACIEJEWSKI et al., 2015).

Uma das consequências do consumo online de produtos foi a natural retração dos índices de audiência televisiva. O Rio de Janeiro registrou os piores desempenhos desde os Jogos de Atenas, em 2004 (BATTAGLIO, 2016). No entanto, é enganoso o pensamento de que o consumo de conteúdo foi menor. Pelo contrário (AKHTAR, 2016). Se a audiência tradicional sofreu retração, os índices de acessos e streaming de conteúdo registraram recordes (GIRGINOVA, 2016).

A oferta de produtos na nuvem abriu uma perspectiva interessante do ponto de vista do consumo (LE et al., 2016; PRAKASH et al., 2013). Com a transmissão de todas as competições através da internet, modalidades com menor demanda de público ganharam atenção (AKHTAR, 2016; INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2017a). Por isso, um dos objetivos deste projeto é discutir como a nuvem passou a servir como possibilidade para atender nano audiências através dos princípios da cauda longa (BRYNJOLFSSON et al., 2006; CÔRTEZ et al., 2008; WALDFOGEL, 2017).

Levantamento feito pela consultoria KPMG aponta que, em 2016, o esporte movimentou entre US\$ 600 e 700 bilhões ao redor do planeta (KPMG, 2016). Até 2019, somente nos Estados Unidos, o mercado esportivo alcançou aproximadamente US\$ 73,5 bilhões, incluindo apenas números das quatro principais ligas: National Basketball Association (NBA), National Hockey League (NHL), Major League Baseball (MLB) e National Football League (NFL) (GONZALEZ EIRAS et al., 2017). Em 2014, somente a Copa do Mundo realizada no Brasil gerou aproximadamente US\$ 50 bilhões. Dentro deste volume bilionário, uma das áreas mais representativas é a de direitos de transmissão





(LÓPEZ-GONZÁLEZ et al., 2017). A partir da década de 1990, este setor se transformou e passou a gerar receitas cada vez maiores (TURNER, 2007). Para se ter uma ideia das somas envolvidas, somente com a venda de direitos para os Jogos Olímpicos do Rio, o Comitê Olímpico Internacional (COI) arrecadou mais de US\$ 2,8 bilhões, cerca de 10% a mais em relação aos Jogos de Londres (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2016). Outro importante aspecto a ser levado em consideração é que a venda de direitos de transmissão corresponde, hoje, a 47% das receitas do COI (INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, 2017b).

Diante do exposto, torna-se latente a necessidade de um olhar para a prática esportiva que considere um campo maior do que o acompanhamento e informe de resultados. O esporte, seja ele profissional ou social, tem o poder de transformar realidades e movimentar a economia.

3. Objetivos:

O projeto de Estudos Multidisciplinares em Esportes da FACHA (EMEFA) tem como objeto pesquisar o esporte e suas múltiplas vertentes considerando a capacidade do segmento de absorver e aplicar conhecimentos de áreas como Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas, Design, Cinema, Direito, Marketing e Administração. Dessa forma, o projeto pretende, também, compreender e interpretar esporte sob um viés que vai muito além da competição, entendendo-o como um negócio e um importante vetor de transformações sociais, dada sua capacidade de ser universal, dinâmico e agregador.

4. Metodologia:

Pesquisas de campo, pesquisas quantitativas, pesquisas qualitativas, revisão de bibliografia, etnografia, produção de artefatos.

5. Resultados Esperados:

Podcasts, conteúdos para redes sociais, programas de televisão, documentários, ebooks, manuais de jornalismo esportivo; sites, design para jogos, artigos científicos.

6. Referências:

- AMÉRICO, Marcos. O jornalismo esportivo transmídia no ecossistema dos esportes eletrônicos (E-Sports). **Estudos em Jornalismo e Mídia**, p. 316-327, 2014.
- BELMONTE, Alexandre Agra. Direito Desportivo, Justiça Desportiva e principais aspectos jurídico-trabalhistas da relação de trabalho do atleta profissional. **Revista do Tribunal Regional do Trabalho da 1ª Região**, n. 47, 2010.
- CRUZ, Sérgio Nuno da Silva Ravara Almeida; SANTOS, Luís Lima; AZEVEDO, Graça Maria do Carmo. Valorização do direito desportivo resultante da formação. **Revista de educação e pesquisa em contabilidade**, v. 4, p. 60-83, 2010.
- DE MELLO, Carolina Iuva; DE MORAES, Raquel Elise. Design no esporte: desenvolvimento de utensílio para a prática do hipismo com foco na ergonomia. **Human Factors in Design**, v. 10, n. 20.
- DE MELO NETO, Francisco Paulo. **Marketing Esportivo: O esporte como ferramenta do**





marketing moderno. Editora Best Seller, 2020.

- GASPAR, Marcos Antonio et al. Marketing esportivo: um estudo das ações praticadas por grandes clubes de futebol do Brasil. **Podium Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 3, n. 1, p. 12-28, 2014.
- MEZZAROBA, Cristiano; PIRES, Giovanni de Lorenzi. Breve panorama histórico do voleibol: do seu surgimento à espetacularização esportiva. **Atividade Física, Lazer & Qualidade de Vida: revista de educação física**, 2011.
- MOCSÁNYI, Vinícius; DA CUNHA BASTOS, Flávia. Gestão de pessoas na administração esportiva: considerações sobre os principais processos. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, v. 4, n. 4, 2005.
- MULLING, Tobias Tessmann; KOSBY, João. Design de esporte fantasy no contexto dos eSports: projeto de uma plataforma para o jogo League of Legends. **Projetica**, v. 13, n. 1, p. 316-343, 2022.
- OSELAME, Mariana Corsetti. Padrão globo de jornalismo esportivo. **Sessões do Imaginário**, v. 15, n. 24, 2010.
- STYCER, Mauricio. **História do lance!: Projeto e prática de jornalismo esportivo**. e-galáxia, 2015.
- VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. Performance no gramado, poética no texto: A crônica e o conto de futebol como jornalismo esportivo alternativo. **Revista Alterjor**, v. 18, n. 2, p. 02-27, 2018.
- ZANATTA, Thaís Camargo et al. O perfil do gestor esportivo brasileiro: revisão sistemática da literatura. **Movimento**, v. 24, p. 291-304, 2022.

7. Resumo para Internet:

O esporte tem o poder de transformar realidades e realizar sonhos. Esta máxima se aplica a pequenas competições ou megaeventos como uma Copa do Mundo ou os Jogos Olímpicos. E, cada vez mais, o poder avassalador do esporte se manifesta. Por isso, é preciso um olhar multidisciplinar que vai além do simples relato de resultados de competições. Hoje, com a primazia do segmento, é possível associá-lo a inúmeras profissões que vão desde o jornalismo, passando por marketing, publicidade, relações públicas, administração, direito, cinema e design. Cada qual com seu papel e sua relevância. Para se ter uma ideia da dimensão do esporte, números divulgados pela FIFA apontam que, no ciclo entre a Copa realizada na Rússia, em 2018, e a disputada no Qatar, em 2022, o faturamento foi de US\$ 7,5 bilhões. Para 2026, nos Estados Unidos, a expectativa é ainda melhor. Este é apenas um dos fatores que mostra como o Projeto de Estudos Multidisciplinares em Esportes da FACHA (EMEFA) tem relevância, uma vez que, números grandiosos como os apresentados pelo futebol estão atrelados a uma gama gigantesca de fatores. E, é possível ir além. Se o caminho inverso for feito, teremos evidências de que, muitas vezes, por trás dos números grandiosos, estão projetos sociais que transformam vidas. Vários jogadores consagrados saem deles. Mas a maioria, sequer chega ao esporte profissional o que, de forma alguma, minimiza o impacto destas práticas. Afinal, o esporte profissional pode não ser para todas as pessoas, mas a mudança de vida e hábitos, sim. Além disso, o esporte tem o poder inegável de mobilizar pessoas e servir como instrumento de veiculação de ideais. Várias campanhas significativas utilizam as práticas esportivas para conseguirem maior ressonância através do esporte. O que é fundamental para que o movimento cumpra uma de suas funções mais importantes: vetor de transformação e promoção da equidade.





8. Palavras-chaves:

esporte; negócios no esporte; direito esportivo; jornalismo esportivo; gestão esportiva

