



JORNADAS FMH

INVESTIGAÇÃO NA GESTÃO DO DESPORTO



Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto “Noronha Feio”

SPORT: FEEL, THINK, CREATE

RESUMOS: CONFERÊNCIAS E PROJETOS

24 de MAIO/2017



ÍNDICE

PREÂMBULO

CONFERÊNCIAS

9h30 - António Rosado

Desporto e ciência: prisões epistemológicas

10h - Ana Naia

Intenções empreendedoras de estudantes de ciências do desporto

10h30 - Gisele Maria Schwartz

Heurísticas, e-marketing experiencial e usabilidade de sites nas políticas públicas de desporto

PROJETOS

11h30 – Sergio Molletta

Mulheres (que) brilham na governance do desporto

11h45 - Rui Abreu

Federações desportivas: O regime jurídico e o posicionamento estratégico de governance

12h - Luiz Haas

Quem são os donos do desporto? A governance e a gestão do desporto

14h30 - Laurianne Carvalho

Envolvimento com os ginásios: Uma investigação para a gestão

14h45 - Isabella Limmer

Communication of corporate social responsibility: An analysis of different brands in the outdoor industry

15h - Tiago Ribeiro

A singularidade dos problemas nos Jogos Olímpicos Rio 2016

CONFERÊNCIAS

16h15 - Carla Vaz Paulo

As novas tendências: Projeções no corpo e nas organizações

16h45 - Susana Melo

Turismo, sim ou não?

17h15 - Abel Correia

Há baleias a remar e a velejar nos Açores: Da baleação ao desporto, um percurso

17h45 - Joana Ramos, Thiago Rocha, Catarina Neto e Gisele Maria Schwartz

O Professor Gustavo Pires e o Professor Noronha Feio

PREÂMBULO

As Jornadas/2017 de “Investigação na Gestão do Desporto” na FMH foram um espaço de construção do conhecimento acerca do Desporto como fenómeno multidimensional e de importância social, cultural política e económica. Gerir o desporto, ao contrário do que muitos pensam e fazem, não é apenas organizar modalidades, eventos, atividades, competições.

A gestão do desporto é um processo que precisa da investigação, do saber, da reflexão, da discussão, para que os gestores elevem a sua consciência e saibam as consequências do que estão a fazer acontecer nos estádios, nas piscinas, nas praias, nas montanhas, no planeta. Assim, neste contexto, deixámos o nosso contributo ao longo das Jornadas através de 12 intervenções em dois formatos: Conferência e Projeto.

Nas conferências houve uma lição e relatos de investigações. Nos projetos aconteceram apresentações de investigadores juniores que falaram das suas investigações em gestão do desporto na FMH, no âmbito do mestrado ou no doutoramento. Tudo isto diante do lema eleito para as Jornadas:

SPORT: FEEL, THINK, CREATE

E sabem por quê? A gestão do desporto, no meu entendimento, tem sido demasiado conceptualizada a partir da perspectiva agonística do desporto, da competição.

Precisamos de aprofundar a dimensão lúdica, experimentar novas formas de institucionalização, de regras no desporto. E não esquecer que o movimento não é só superação, ele é graciosidade, é toque na alma e silêncio.

O desporto é e será competição, agonismo, mas também é sensibilidade, sentir e encontro. E quando sentimos, imaginamos e criamos, agitamos as normas e os padrões. E há muito para inventar e ajustar. Sentir, pensar e criar é pegar na totalidade, é pegar na diversão, no movimento, no desafio que nos liga ao ar, às ondas, às montanhas, que nos faz sentir em nós o adversário, e no adversário o nós.

Neste contexto, ao longo do dia os preletores trouxeram a inquietação do não saber, a pertinência do saber científico para a comunidade, o rigor da observação e do método. Contributos para gerirmos o desporto que seja para e pelas pessoas.

Sentir, pensar e criar é também edificar pontes entre os investigadores. Por isso no final das Jornadas deixámos o nosso obrigado aos ilustres Professores Noronha Feio e Gustavo Pires da FMH. Pessoalmente tive o privilégio de ainda ter sido aluno do Professor Noronha Feio, em 1985, e em relação ao Professor Gustavo foram três décadas de partilhas e ensinamentos.

Como Coordenador do Centro de Estudos, o meu obrigado às pessoas que tornaram estas Jornadas uma realidade:

O Professor Alves Diniz, Presidente da FMH; os diversos professores; os estudantes de gestão do Desporto da licenciatura, do mestrado e do doutoramento que se voluntariaram; os funcionários, sempre disponíveis e incansáveis. E todos os participantes. As Jornadas também pretenderam ser uma plataforma de contactos, de troca de ideias... espero que tenham usufruído.

Bem hajam

Coordenador do Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto "Noronha Feio"

A handwritten signature in blue ink, reading "Abel Correia". The signature is written in a cursive style with a large initial 'A' and a long, sweeping underline.

Professor Abel Correia

9h30 - António Rosado

Professor Catedrático da Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL).

Desporto e ciência: prisões epistemológicas

A investigação em Desporto assenta, hoje, internacionalmente, numa comunidade nova e viva, regularmente integrada na lógica universitária, competente no pensar e agir académico e em pleno desenvolvimento. Essa comunidade apresenta um domínio crescente do paradigma da ciência normal (Kuhn, 1962) e vive dos equilíbrios epistemológicos das ciências de referência, partilhando dos mesmos problemas epistemológicos. Tal partilha determina, também, o reconhecimento e a aprovação científica pelas ciências legitimadoras ou ciências mãe, provocando uma valorização crescente da investigação em desporto pela comunidade científica em geral. A comunidade das ciências do desporto, apesar de recente, apresenta uma perícia crescente particularmente no âmbito do paradigma positivista. As publicações científicas estão em crescendo; há uma presença regular nos periódicos científicos internacionais mais relevantes; obtêm-se financiamentos internacionais para múltiplos projetos, dentro da grande diversidade temática que se unifica na designação de Ciências do Desporto. A organização disciplinar concretiza-se, no entanto, em agrupamentos científicos tradicionais e em subdisciplinas científicas, numa lógica de ciências no desporto mais do que de ciências do desporto ou de ciência do desporto. Vive-se, ainda, num contexto com excessiva valorização do paradigma positivista e do método hipotético-dedutivo, com menor consideração das perspetivas interpretativistas, pós-interpretativistas e da ciência crítica, das abordagens ditas qualitativas, predominantemente de base indutiva, num ambiente de filiação às ciências de origem, que se constituem como ciências de vigilância e de legitimação, sem que se dê corpo suficiente às abordagens inter e transdisciplinares. As prisões epistemológicas deste momento da investigação em desporto devem, portanto, ser ressaltadas. Elas resultam, em primeiro lugar, das próprias limitações da ciência normal, da falta de reflexão epistemológica no interior de abordagens científicas que secundarizam as questões filosóficas ou epistemológicas. Em segundo lugar, na realidade, esta comunidade não gerou, ainda, na ausência de verdadeiros epistemólogos e na presença de um certo cientismo tecnológico, a capacidade de refletir, profundamente, sobre as dimensões epistemológicas da investigação que realiza, sobre os seus limites e fronteiras. O paradigma positivista e a abordagem experimental continuam a ser concebidos como o processo mais objetivo de produzir conhecimento, relegando a investigação em ciências sociais do desporto para um plano de menor estatuto científico. É neste contexto que os “Laboratórios” surgem como o ambiente mais nobre para a investigação. A atual produção científica é, sobretudo, o resultado de contextos e instituições mais do que de objetos (ou objeto) científicos autónomos. Na realidade, quando se avalia a coesão interna das Ciências do Desporto, verificamos uma organização disciplinar longe da interdisciplinaridade e da transdisciplinaridade, num contexto em que as disciplinas se subdividem em subdisciplinas e

estas em especialidades, que se querem estanques, muitas vezes, por razões organizativas e não epistemológicas. Esta mono disciplinaridade significa a não consideração da complexidade como fundamento epistemológico da organização do pensamento científico. No caso das ciências do desporto acresce uma excessiva valorização da investigação sobre os aspectos biológicos, estando a área tutelada, no essencial, pelas Ciências da Saúde. A área legitima-se mais pela Saúde do que pela Educação; legitima-se, também, fundamentalmente, na alta competição mais do que nos outros contextos desportivos. Por outro lado, um conjunto de limitações organizacionais deve ser, também, referenciados como obstáculos epistemológicos. A ortodoxia da conformidade ao pensamento e agir dos académicos e às regras da vida universitária atual, envolvem a construção de linhas de investigação de acordo com a agenda científica atual e a necessidade de publicar e de sobreviver nesse meio ("*publish or perish*"), tem conduzido a uma produtividade sem problematização, inovação e construção de teoria. Acresce que a agenda pública e a pressão para a produção científica nesta área é frágil; a investigação por ou com outros atores (Centros de Alto Rendimento, Federações, Escolas, Clubes, Empresas, etc.) é praticamente inexistente, os patrocínios e o suporte financeiro escasso. Esse financiamento perpetua, ainda, o modelo tradicional. Superando o paradigma funcionalista, ainda prevalecente na investigação, importa promover o paradigma da complexidade, suportando epistemologicamente esta abordagem, esclarecendo os seus princípios e pressupostos, de forma a produzir um conhecimento que conduza à reflexão sobre as diversas teorias científicas, em busca da concretização da transdisciplinaridade e da pluralidade científica. Como dizia Stephen Hawking, o estudo da complexidade vai ser a ciência do século XXI.

Referências

Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. University of Chicago Press

10h - Ana Naia

Professora Auxiliar na Faculdade de Motricidade Humana (FMH-UL) onde leciona diferentes disciplinas nas áreas da educação e do empreendedorismo. Pertence ao Conselho Pedagógico da FMH-UL e integra-se no Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design (CIAUD) e no Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto “Noronha Feio”. Colabora ainda com o projeto Aventura Social. Os seus interesses de investigação relacionam-se com o empreendedorismo e inovação, currículo e educação para o empreendedorismo no ensino superior.

Intenções empreendedoras de estudantes de ciências do desporto

O empreendedorismo é uma característica crucial na sociedade atual e está associado a uma capacidade de inovação, iniciativa (Drucker, 2006) e criatividade (Shane, Locke & Collins, 2003). O processo empreendedor baseia-se na identificação, avaliação e exploração de oportunidades para a criação e desenvolvimento de novas ideias de negócio (Krueger, 1993). O presente estudo centra-se nas intenções dos indivíduos se envolverem em comportamentos empreendedores. As intenções refletem a motivação de uma pessoa para realizar um determinado comportamento. Quanto mais fortes forem as intenções de uma pessoa e quanto maior for o seu controlo comportamental, mais provável é que esse comportamento ocorra (Ajzen, 1991). Krueger, Reilly e Carsrud (2000) argumentam que a atividade empreendedora pode ser predita com mais precisão estudando intenções em vez de traços de personalidade, características demográficas ou fatores situacionais. O presente estudo, baseia-se na definição de Krueger (1993, p.7), que define intenções empreendedoras "como o compromisso de iniciar um novo negócio". Evidências sobre a ligação entre intenções e ações foram estudadas relativamente a diferentes tipos de comportamentos (Ajzen & Fishbein, 1980). A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) de Ajzen (1991) fornece uma estrutura validada que explica as intenções empreendedoras de forma consistente (Krueger et al., 2000). Esta teoria afirma que a maior parte do comportamento humano é planeado e, portanto, é precedido por uma intenção para realizar esse comportamento, enquanto as intenções são preditas por atitudes percebidas (AP), normas subjetivas (NS) e controlo comportamental percebido (CCP). Apesar da crescente investigação nesta área, das intenções empreendedoras (por exemplo, Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007), o campo das ciências do desporto continua a ser foco de reduzida pesquisa. Embora a TCP tenha sido frequentemente aplicada no desporto (sobretudo para prever as intenções e comportamentos de atividade física), não existem estudos empíricos que analisem as intenções empreendedoras dos estudantes de ciências do desporto. Além disso, a maioria das aplicações da TCP no campo do empreendedorismo são baseadas em amostras na área da gestão, business, etc. Pesquisas recentes enfatizam a importância da análise dos antecedentes das intenções empreendedoras em diferentes grupos (Krueger et al., 2000; Liñán & Chen, 2009). Este estudo testa a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (1991) em ciências do desporto com o objetivo de determinar que variáveis mais influenciam as intenções empreendedoras dos alunos. Uma

amostra de 379 estudantes de ciências do desporto preencheu o Questionário de Intenções Empreendedoras (Liñán & Chen, 2009) e os resultados foram analisados através de modelos de equações estruturais. Os resultados indicam que tanto as atitudes percebidas como o controlo comportamental percebido têm impactos positivos significativos sobre as intenções empreendedoras, enquanto que o impacto das normas subjetivas é negativo. São fornecidas várias sugestões para melhorar o design curricular e o ensino, a fim de promover intenções e comportamentos empreendedores nos estudantes de ciências do desporto.

Keywords: empreendedorismo, intenções empreendedoras, desporto, currículo.

Referências

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*, EnglewoodCliffs,NJ: Prentice-Hall.
- Drucker, P. (2006). *Innovation and entrepreneurship*. New York: HarperCollins.
- Krueger, N. F. (1993). Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-32.
- Liñan, F. & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Shane, S., Locke, E., & Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2): 257-279.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591

10h30 - Gisele Maria Schwartz

Doutora em Psicologia, Docente dos Programas de Pós-graduação em Desenvolvimento Humano e Tecnologias e em Ciências da Motricidade da Universidade Estadual Paulista (UNESP) Campus Rio Claro. Coordena o LEL-Laboratório de Estudos do Lazer. Desenvolve o Estágio Sênior pela CAPES, sob a supervisão do Prof. Dr. Abel Correia, na FMH/Universidade de Lisboa.

Heurísticas, e-marketing experiencial e usabilidade de sites nas políticas públicas de desporto

As preocupações com as pandemias de sedentarismo e obesidade deflagram a necessidade de elaboração de estratégias multidisciplinares, capazes de contribuir para estimular a adoção de hábitos proativos e saudáveis. Porém, as tomadas de decisão de um indivíduo, acerca de seus hábitos, estão pautadas nas necessidades, desejos e possibilidades, as quais possuem estreita relação com o conhecimento adquirido e com as condições de informações recebidas. Neste sentido, as Políticas Públicas de desporto e lazer, deveriam, não apenas desenvolver projetos e ações capazes de motivar a intensão (atitude) de adoção de estilos de vida ativos, mas sim, promoverem o efetivo envolvimento com a prática regular de desporto e atividades físicas, primando, inclusive, pela disseminação de oportunidades para toda a sociedade. Entretanto, este aspeto da gestão e difusão de informações, parece ser ainda negligenciado e estar muito aquém de sua potencialidade. Portanto, este estudo objetivou identificar os princípios heurísticos, da usabilidade de sites e do e-marketing experiencial, como contributos para análise da gestão de informações em Políticas Públicas de desporto e lazer. As bases teóricas da reflexão foram centradas: a) nas Heurísticas de Avaliabilidade (Kahneman, 2012), com a utilização da intuição, criatividade e pensamento divergente, abrangendo a avaliação conjunta dos aspetos intervenientes, a exploração de lacunas e a simplificação da complexidade; b) nos 5 módulos experienciais do Marketing Experiencial (Strauss & Frost, 2014) associados ao contexto digital (E-Marketing), referentes aos módulos do pensar, afetivo, das sensações, do agir e do relacional; c) na análise dos 3 elementos alusivos ao conteúdo, *layout* e operacionalização da Usabilidade de Sites (Nielsen & Loranger, 2006). Essas bases permitem uma análise mais eficaz, para a valorização das informações e para aprimorar as relações com os usuários dos sites, tomando-os como cocriadores e protagonistas dos conteúdos informacionais. Estas ações poderão ter ressonâncias positivas na democratização e na difusão das informações contidas nos sites dos Programas e Ações em Políticas Públicas de desporto e lazer.

Referências

- Kahneman, D. (2011). *Thinking fast and slow*. New York: Farrar, Straus e Giroux.
- Nielsen, J., & Loranger, H. (2006). *Prioritizing web usability*. London: Pearson Education.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-marketing*. 7 ed.. Edinburg: Pearson.

11h30 – Sergio Molletta

Graduado em Educação Física pela UFPR (1978), Especialista em Planejamento Educacional e Administração Esportiva, Mestre em Mídia e Conhecimento pela UFSC, Professor aposentado da UTFPR, avaliador de Cursos de Graduação do INEP/MEC. Doutorando em Motricidade Humana pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL) na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto.

Mulheres (que) brilham na governance do desporto

Contrariando tendências do significativo aumento na participação das mulheres no desporto, como os 44,3% de representação do género feminino nos jogos Olímpicos de Londres (Donnelly & Donnelly, 2013), fora das quadras de jogo, esta progressão não se tem dado da mesma forma. Na governança do desporto, o género feminino continua significativamente sub-representado. No âmbito corporativo, a proporção de mulheres dirigentes está positivamente relacionada à consolidação e eficácia da boa governação. A governança corporativa foi melhorada, quando as mulheres foram nomeadas para conselhos, porque trouxeram "valor agregado". No domínio do desporto, embora um número crescente de estudos surgiu para examinar e compreender a sub-representação das mulheres na governança do desporto, pesquisa intitulado *Diversidade de Género na Governança de Associações Esportivas: Índice Global de Participação dos Scores de Sydney* (Adriaanse, 2016) apontaram que a investigação sobre o impacto das metas de género e quotas é raro. Assim, este estudo apresenta uma amostra de mulheres desportivas que dedicam sua trajetória de vida constituindo organizações sociais para ofertar prática desportiva como meio de inclusão. Como amostra, foram selecionadas mulheres que presidem Organizações Não Governamentais - ONG vinculadas à REMS (REDE ESPORTE PELA MUDANÇA SOCIAL). Os dados foram obtidos diretamente do site da REMS, no período de 01 a 15 de maio de 2017. Fundada em 2007 pela Nike e pelo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento possui 81 membros filiados. A REMS mobiliza e fortalece as ONG que atuam com desporto, colaborando com governos para a criação e melhoria de políticas públicas de desporto para o desenvolvimento humano e a transformação social. Atendem, anualmente, mais de 100.000 pessoas. Dentre as várias ONG filiadas a REMS, a Atletas pelo Brasil, iniciativa inédita no mundo, por ser composta de atletas e ex-atletas de diferentes gerações e modalidades, os quais se unem pela melhoria do desporto, possui, dentre seus filiados, 44 homens e 17 mulheres. Destas, 7 possuem uma ONG com seu próprio nome, em forma de Instituto. Neste sentido, os pressupostos das teorias que embasam a governance podem ser um referencial relevante para entender como se dão as relações inerentes às entidades que fazem parte do chamado Terceiro Setor, e que atuam com práticas desportivas sociais, e o género. Tendo em conta o que precede, propõe-se investigar as perspectivas da liderança de género, nestes projetos sociais, com suas barreiras e oportunidades.

Referências

Adriaanse, J. (2016). Gender diversity in the governance of sport associations: The Sydney scoreboard global index of participation. *Journal of Business Ethics*, 137(1), 149-160.

Donnelly, P., & Donnelly, M. (2013). The London 2012 Olympics: A gender equality audit. Toronto, ON: Centre for Sport Policy Studies, Faculty of Kinesiology and Physical Education, University of Toronto. Retrieved from <http://physical.utoronto.ca/docs/csps-pdfs/donnelly-donnelly---olympic-genderequality-report.pdf?sfvrsn=2>.

11h45 - Rui Abreu

Doutorando em Motricidade Humana pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL) na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto.

Federações desportivas: O regime jurídico e o posicionamento estratégico de governance

Portugal, ainda que no contexto duma tradição interventiva do Estado na esfera do designado quarto sector do associativismo socioeconómico, igualmente desportivo, acompanhou as tendências de evolução do Modelo Europeu do Desporto desenhado em 1998. A LBAFD - Lei de Bases da Actividade Física e do Desporto, em vigor desde Janeiro de 2007, surge duma iniciativa governamental de organização em 2005 dum Congresso do Desporto, promovido com o objetivo explícito de formular uma nova Lei Quadro para o Sistema Desportivo. Nas conclusões deste Congresso, em 18 de Fevereiro de 2006, apurou-se que, no que à reforma do Sistema Desportivo importava, haveria que clarificar o papel do Estado como regulador e dinamizador do sistema desportivo, integrado pelos clubes, associações e federações, e outras entidades representativas (in Meirim 2007: 82). O RJFD – Regime Jurídico das Federações Desportivas, em vigor desde Janeiro de 2009 (DL 248-B/2008, de 31 de Dezembro, atualizado pelo DL 93/2014, de 23 de Junho), identifica logo no início do seu preâmbulo que, tendo a LBAFD estabelecido um conjunto de orientações de atribuição do EUPD, emergia a necessidade de se proceder a uma extensa reforma relativamente à organização e funcionamento dessas organizações. Este novo RJFD introduziu alterações significativas, de que se destaca: supressão do voto por representação, introdução do voto secreto com método de Hondt, autonomização do órgão social unipessoal Presidente da Federação, reforço dos poderes regulamentares da Direção, limitação a três mandatos consecutivos na titularidade dum órgão social, regulação dos poderes delegáveis nas Associações Territoriais, introdução de procedimentos técnico-administrativos na renovação quadrienal do EUPD. Diremos que as Federações Desportivas, uma vez capturadas pelo EUPD, ficaram subordinadas a regras únicas de organização societária e de gestão desportiva. Como referem Hoye e Cuskelly (2012: 45), a teoria organizacional sugere que, na presença dum poder coercivo e de influência normativa, as organizações desportivas não lucrativas tendem para um isomorfismo estrutural limitador da sua capacidade adaptativa ao meio envolvente. Em consequência, não é menos exato o entendimento de Gonçalves (2015: 60) de que, uma vez confrontados com a conversão da regulamentação desportiva numa “res pública”, deixou de ser pertinente invocar-se a autonomia ou a independência do (suposto) ordenamento desportivo federativo em relação ao Estado. Por sua vez, o RJCP – Regime Jurídico dos Contratos-Programa (DL 273/2009, de 01 de Outubro), na esteira do disposto no artigo 7º, nº 1, da LBAFD, veio regular o modo de concessão dos apoios financeiros estatais, instituindo os requisitos da sua contratualização, definindo as regras de consumo de recursos, prevendo a supervisão dos atos de gestão federativa, e exigindo a certificação legal das contas dos exercícios contabilísticos. Primeira questão: Constituirão o RJFD e o RJCP instrumentos suficientemente robustos, capazes

de induzirem e garantirem que as Federações promovem uma gestão saudável, onde as decisões de investimento tomadas no decurso dos ciclos desportivos são sustentadas em recursos estáveis, de tal modo que salvaguardam o seu equilíbrio financeiro (Neves, 2012:257)? Segunda questão: Tendo o Estado delegado nas Federações Desportivas o exercício de competências da esfera pública, delimitadas no EUPD, disporá a Administração Pública dos mecanismos e instrumentos adequados a uma efetiva supervisão prudencial e fiscalização dos procedimentos de *accountability* praticados pelos decisores federativos (O'Boyle & Bradbury, 2013: 7)? Investigações anteriormente realizadas, Batista e Andrade (2004), Castro (2012), Figueiredo (2013) vieram evidenciar existirem Federações Desportivas detentoras do EUPD que tendem a desenvolver a sua atividade no limiar do desequilíbrio financeiro, colocando em risco a capacidade de solverem as suas responsabilidades de curto e médio prazo, e por essa via fazendo perigar a estabilidade financeira dessas organizações, assim como o consequente desenvolvimento dos Programas Desportivos. Estes três estudos têm como denominador comum a análise do equilíbrio financeiro de algumas Federações, numa série temporal longa: Batista e Andrade (2004) – Federação Portuguesa de Ténis, anos 1999-2002; Castro (2012) – Federação de Triatlo de Portugal e Federação de Atletismo, anos 2005-2010; Figueiredo (2013) – Federação Portuguesa de Golfe e Federação Portuguesa de Ténis, anos 2006-2011. Nestes Estudos formula-se a tese de que a instabilidade, senão mesmo a precariedade financeira das Federações Desportivas, não concorre para o cumprimento dos objetivos inscritos nos seus Programas Anuais, nomeadamente os respeitantes ao crescimento das Modalidades, nem sustenta as condições que garantam as performances desportivas medidas nos resultados internacionais obtidos. Batista e Andrade (2004) identificaram a oportunidade da adoção de programas de saneamento financeiro das Federações, como forma de eliminar a prática de canalização de recursos do Contratos-Programa para pagamento de dívidas em atraso. No mesmo sentido Figueiredo (2013) apurou que as estruturas financeiras das Federações comportam riscos de curto prazo, porque os financiamentos obtidos a curto prazo tendem a financiar os ativos com permanência prevista superior a 12 meses (ativos fixos). Castro (2012) identificou que ambas as Federações estudadas registavam desequilíbrios financeiros, apresentando situações de tesouraria líquida negativas, e dificuldades de cumprimentos das obrigações de curto prazo. No âmbito da investigação em curso sobre a atividade de quatro Federações, cujo objeto integra a dissertação de doutoramento, uma vez feita a análise história aos anos 2011-2015 da sua performance económico-financeira, o autor apurou que em duas destas Federações ocorrem problemas estruturais semelhantes aos identificados nos estudos anteriores referidos. Este resultado deverá conduzir à formulação da hipótese de que as debilidades da estrutura económico-financeira das Federações Desportivas possa ser mais comum do que seria inicialmente esperado. Tomemos apenas o RLR – rácio de liquidez reduzida como exemplo. Com base na teoria económica (Neves 2012), e considerando os desenvolvimento de Batista e Andrade (2004), o RLR mede a capacidade de uma Federação pagar as suas dívidas de curto prazo. Quanto mais baixo for o seu valor menor será a solvabilidade (índice dos ativos financiados com recursos próprios), menor a estabilidade financeira da Federação, e maior a

vulnerabilidade a constrangimentos externos. Batista e Andrade (2004: 90) consideram aceitável que o RLR das Federações Desportivas possa assumir um valor mínimo 1, e não de 2 como prescrito na teoria económica, considerando que a natureza do seu objeto de atividade faz com que por regra não possuam no ativo stocks/mercadorias de valor expressivo. Os resultados apurados na investigação em curso, numa séria histórica dos anos 2011-2015, evidenciam que em duas das Federações o RLR é sempre inferior a 1, agravando-se nos anos mais recentes de 2014 e 2015, e que numa terceira Federação apenas é superior a 1 em dois dos cinco anos considerados. Sabendo-se que as Federações dependem em elevado grau dos financiamentos dos CP - Contratos-Programa, cujo volume representa 60% a 80% dos proveitos totais anuais, e sabendo-se que uma Federação de Modalidade Olímpica desenvolve Programas Desportivos a dois Ciclos Olímpicos, a especialização dos CP por anos económicos tenderá a constituir fonte de incerteza na gestão administrativo-financeira das Federações, limitando em simultâneo a possibilidade de formulação estratégica desses Programas Desportivos. Proto conclusão: Os três estudos anteriores e o estudo agora empreendido no âmbito da dissertação de doutoramento do autor evidenciam que, tanto o RJFD, como o RJCP, por si só não constituem condição suficiente para que as Federações Desportivas promovam um modelo sustentável de governação administrativo-financeira capaz de suportar a prossecução do seu objeto de desenvolvimento da prática desportiva. Visando o RJFD, estruturalmente modificado em 2008, a elevação dos valores de democraticidade, transparência e representatividade, ou aditando o RJCP, que se lhe seguiu em 2009, em tramitação da LBAFD, o crivo da certificação legal das contas, não se recolhe evidência de que os instrumentos de que dispõe a Entidade Pública de tutela das Federações, na realização de inspeções, inquéritos e sindicâncias, ou determinando auditorias externas, sejam suficientes para garantirem a boa governação das Federações Desportivas. Um pouco por toda a Europa (O'Boyle &uh Bradbury, 2013) têm sido desenvolvidos esforços para se melhorar os *standards* do sector desportivo, promovendo a inclusão dos *stakeholders* nos processos de decisão. Como sublinha a ASC – Australian Sports Commission, a governança desportiva deve suportar-se num conjunto de estruturas e processos empregues no desenvolvimento dos objetivos estratégicos, na monitorização das performances, e na salvaguarda duma gestão prudencial promovida no interesse dos seus membros. Concluímos que aos princípios prescritos de governação desportiva inscritos no Regime Jurídico das Federações Desportivas importará associar os princípios prudenciais da boa governação organizacional desportiva, e de responsabilidade social corporativa de criação de valor partilhado para os seus membros, *stakeholders* e sociedade em geral, assim como lhes competirá prever, controlar e mitigar os impactos negativos.

Referências

- Barbosa, B. (2014). Federações desportivas: Natureza jurídica e estatuto de utilidade pública desportiva. In Meirim, J. (Coord) *O Desporto que os Tribunais Praticam*, 427-458. Coimbra: Coimbra Editora.
- Baptista, M. & Andrade, P. (2004). Organizações desportivas: Um contributo para uma nova atitude. *Revista Povos e Cultura*, 9, 81-120. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa – Centro de Estudos dos Povos e Culturas de Expressão Portuguesa

- Castro, F. (2012). *O efeito das decisões financeiras sobre o equilíbrio financeiro no panorama das federações desportivas – Estudo de caso comparativo aplicado à Federação de Triatlo de Portugal e à Federação Portuguesa de Atletismo*. Oeiras: UTL-FMH. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto.
- Constantino, José M. (2009). De um estado-problema a um estado-parceiro. In Bento, J. & Constantino, J. (Coord), *O Desporto e o Estado – Ideologias e Práticas*, 57-66. Porto: Edições Afrontamento.
- Correia, L. & Relógio, L. (2016). *O novo regime jurídico das federações desportivas*. Porto: Vida Económica.
- Figueiredo, J. (2013). *A estrutura financeira das federações desportivas*. Oeiras: UTL-FMH. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Desporto.
- Gonçalves, P. (2015). Regulamentos desportivos e os poderes regulamentares de natureza pública das federações desportivas e das ligas profissionais. In Costa, R. & Barbosa, N. (Coord), *IV Congresso de Direito do Desporto*, 55-69. Coimbra: Almedina.
- Hoye, R. & Cuskelly, G. (2012). *Sport governance*. New York: Routledge.
- Meirim, J. (2007). *Lei de bases da actividade física e do desporto*. Coimbra: Coimbra Editora.
- Neves, J.C. (2012). *Análise e relato financeiro. uma visão integrada de gestão* (5th ed.). Lisboa: Texto Editora.
- O’Boyle, Ian & Bradbury, Trish (Eds). (2013). *Sport governance. international case studies*. New York: Routledge.

12h - Luiz Haas

Doutorando em Motricidade Humana pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL) na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto. Bacharel em Ciência do Esporte (Universidade Estadual de Londrina) e Mestre em Gestão do Desporto (Faculdade de Motricidade Humana). Superintendente da Federação Paranaense de Tênis e Consultor de Projetos Esportivos com atuação em projetos junto a Secretaria de Esporte e Lazer do Rio de Janeiro, Liga de Basquete Feminino e Sou do Esporte onde desenvolveu o Prêmio Sou de Esporte de Governança no Esporte. Presidente da Associação Brasileira de Gestão do Esporte (Abragesp).

Quem são os donos do desporto? A governance e a gestão do desporto

A governance, apesar de ser um tema recente dentro do ambiente dos estudos organizacionais, é uma antiga reflexão existente dentro da sociedade. Essa inquietação surge a partir do momento em que as pessoas começaram a se organizar em grupos com objetivos em comum, e tinham a responsabilidade de escolher quem seriam os indivíduos que iriam conduzir as atividades (Clarke, 2004). A questão inicial que surgiu era de como garantir que as pessoas indicadas para gerir as operações diárias estariam seguindo aquilo que era o melhor para o grupo? O desporto é considerado uma das grandes invenções da sociedade e seu período de institucionalização ocorreu no início do século XX. O desporto, que até então era uma manifestação pública de jogos e atividades inserida de diferentes formas em diferentes comunidades, passou a ser desenvolvido em uma lógica global e corporativa, onde federações, junto com os dirigentes voluntários, detinham o poder de definir suas regras, princípios, valores e objetivos (Pires, 2007). Com o surgimento do desporto institucionalizado surgem também os problemas de governance dentro do sistema e das organizações desportivas. Henry e Lee (2004) dividem a governance desportiva em 3 grandes áreas: Sistêmica, Política e Organizacional. Sendo que a primeira está relacionada com as relações existentes entre as organizações no sistema que estão inseridos, a segunda está relacionada com os controles existentes dentro das organizações para dirigir e controlar suas atividades e a última relacionada as normas utilizadas pelas organizações para manter-se dentro das regras e para agir em casos de comportamentos fora de padrões éticos (racismo, discriminação, corrupção). O conceito da governance é amplo e com grandes variações, devido a essa amplitude conceitual pode-se ser difícil definir de forma precisa esse termo (Robinson & Palmer, 2011). De uma forma objetiva, a governance está relacionado com o controle, o direcionamento e o monitoramento das organizações dentro do ambiente desportivo (Hoye & Cuskelly, 2007) e entende-se que a prática de uma boa governance deve levar a uma gestão eficiente e ética (Robinson & Palmer, 2011). O debate a respeito da governance no desporto dentro do campo acadêmico é ainda mais recente, o tema não era amplamente debatido nos estudos da gestão do desporto antes da década de 90 (Geeraert, Alm & Groll, 2014; Ferkins, Shilbury & McDonald, 2005; Robinson & Palmer, 2011). Pitts, Danylchuk & Quarterman (2014) em um trabalho de análise sobre as publicações nos periódicos *European Journal for Sport Management* (1994-2001) e *European Sport Management Quarterly* (2001-2012) verificou que

no primeiro período apenas 1 artigo foi publicado sobre esse tema, já no segundo período 20 artigos foram publicados sendo o assunto que mais cresceu em número de publicações. Importante destacar, que uma das causas para esse aumento no número de trabalhos acadêmicos publicados foi o surgimento de grandes casos de corrupção dentro do desporto (e.g. Jogos Olímpicos de Inverno de Salt Lake City e FIFA) quando diversos autores passaram a destacar a importância da adoção de boas práticas de governance nas organizações desportivas (Robinson & Palmer, 2011; Geeraert, Alm & Groll, 2014). Uma das principais vertentes dos estudos da governance organizacional busca entender como o processo de profissionalização, instaurado a partir da entrada de grandes quantias de recursos financeiros no ambiente desportivo, interfere na atuação estratégica dos corpos diretivos (Ferkins, Shilbury & McDonald, 2005 e 2009; Shilbury & Ferkins, 2011). Nessa proposta, assuntos como composição das diretorias, contribuição estratégica dos membros da diretoria, liderança compartilhada, performance da diretoria e seus membros, entre outros. No entanto, uma nova perspectiva no estudo da governance nas organizações desportivas tem-se desenvolvido. Nessa nova proposta, os pesquisadores buscam refletir, utilizando como uma das referências a Teoria dos Stakeholders, como os diversos grupos inseridos no sistema desportivo (atletas, sócios, adeptos, técnicos, árbitros, medias, governo, sponsors...) influenciam as organizações desportivas na adoção dos princípios de governance ou mesmo são influenciados pelas organizações desportivas que atuam dentro de diferentes sistemas de governance (Ferkins e Shilbury, 2015; Garcia e Welford, 2015). Desta forma, surgem algumas reflexões que serão discutidas nessa apresentação, são elas: Como as organizações desportivas irão se adaptar aos novos princípios de governance existentes nesse novo momento que a sociedade vive? Como os membros das organizações desportivas (sócios e torcedores) influenciam as organizações desportivas a realizar essas adaptações? E como as organizações mais modernas nas questões relacionadas a governance impactam nos serviços prestados para seus membros?

Referências

- Clarke, T. (2004) *Theories of corporate governance: The philosophical foundations of Corporate Governance*. Londres: Routledge.
- Ferkins, L. e Shilbury, D. (2015). The stakeholder dilemma in sport governance: Toward the notion of "Stakeowner", *Journal of Sport Management*, 29, 93-108.
- Ferkins, L., Shilbury, D., e McDonald, G (2005). The role of the board in building strategic capability: Towards an integrated model of sport governance research. *Sport Management Review*, 8, 195-225.
- Ferkins, L., Shilbury, D., e McDonald, G (2009). Board Involvement in strategy: advancing the governance of sport organizations. *Journal of Sport Management*, 23, 245-277.
- Garcia, B. e Welford, J. (2015). Supporters and football governance, from customers to stakeholders: A literature review and agenda for research. *Sport Management Review*, 18, 517-528.
- Geeraert, A., Alm, J., e Groll, M. (2014). Good governance in international sport organizations: an analysis of the 35 Olympic sport governing bodies. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 6(3), 281-306. <http://dx.doi.org/10.1080/19406940.2013.825874>
- Henry, I., & Lee, P. - C. (2004). *Governance and ethics in sport*. In J. Beech & S. Chadwick (Eds.), *The Business of Sport Management* (pp. 25-42). Harlow.
- Hoye, R. e Cuskelly, G. (2007) *Sport Governance*. Oxford: Elsevier.

- Pitts, B. G., Danylchuk, K., e Quarterman, J. (2014). A Content Analysis of the European Sport Management Quarterly and its Predecessor the European Journal for Sport Management: 1984 2012. Choregia: *Sport Management International Journal*, 10 (2), 45-72
- Shilbury, D. e Ferkins, L. (2011). Professionalisation, sport governance and strategic capability. *Managing Leisure*, 16, 108-127.

14h30 - Laurianne Carvalho

Doutoranda em Motricidade Humana pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL) na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto. Professora/Formadora dos Cursos Técnico de Apoio à Gestão Desportiva; Técnico de Especialista em Exercício Físico; Técnico Especialista de Animação em Turismo de Saúde e Bem-Estar; Cursos livres e Especialização na área do Desporto, Quiropraxia, Osteopatia e Reabilitação Funcional. Sócia-Gerente da Empresa Terapia GO, Lda.

Envolvimento com os ginásios: Uma investigação para a gestão

Estabelecer uma interação forte e de longa duração com o sócio é o objetivo de toda organização que deseja melhorar a sua *performance* organizacional (Zhang, Guo, Hu, & Liu, 2016; Trainor, Andzulis, Rapp, & Agnihotri, 2014); A esta interação entre a organização e o consumidor, a qual se reflete em comportamentos transacionais, compras de produtos e serviços, assim como, não-transacionais, referentes à recomendação à marca, inovação de produtos, participação em atividades e forte comprometimento à longo prazo, denomina-se: envolvimento do consumidor. Embora, nos últimos anos, o conceito tenha-se destacado como fundamental para potenciar o sucesso das organizações e sido fomentado como prioridade para os estudos de gestão, marketing e economia, (MSI, *Research Priorities*, 2014), ainda se apresentam problematizações à volta de temáticas, como: a falta de consenso quanto aos seus antecedentes; (Storbacka et al., 2016); ao desconhecimento sobre o conceito por parte de algumas organizações, as quais parecem aplicar antigas estratégias de relacionamento com o consumidor, muitas das vezes, ineficazes às características do mercado atual (Banyte & Dovaliene, 2014); à falta de estudos sobre o envolvimento em diversos contextos (Kim, Chiang, & Tang, 2016), nomeadamente, no contexto dos Ginásios e *Health Clubs* (GHC), onde a variada oferta de produtos e serviços representa, às organizações do setor, um grande desafio em manter uma alta *performance* organizacional. Nesse âmbito, dada a sua importância em beneficiar as organizações, o envolvimento poderá ser um importante constructo para compreender e antecipar as necessidades dos sócios, numa tentativa de construir relacionamentos duradouros e mutuamente proveitosos (de Oliveira, Huertas & Lin, 2015; Se-too & Ho, 2014; Lusch, 2007; Lusch & Vargo, 2006). Neste sentido, é relevante apresentar uma pesquisa que afira em que medida ocorre envolvimento do sócio nos GHC e conheça os antecedentes deste envolvimento, para que contribua para a *performance* das organizações deste setor. Finalmente, refere-se que, o ponto diferencial desta proposta de investigação está no estabelecimento de um modelo conceptual que considera um conjunto de constructos concernentes e antecedentes aos comportamentos de envolvimento do sócio. i. a satisfação (Oly Ndubisi & Wah, 2005, Jamal & Naser, 2002; Gremler & Gwinner, 2000); ii. a confiança (Styles et al., 2008; Bansal et al., 2004); iii. a motivação para o *fitness* (Pelletier et al., 2012); iv. e as cinco multi-dimensões (identificação; entusiasmo; atenção; absorção; interação) do envolvimento do consumidor (Vivek, 2009; Wiertz & Ruyter, 2007; Schaufeli, Martinez, Pinto, Salanova, & Bakker, 2002).

Referências

- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22, 187-200.
- Bansal, H. S., Irving, P. G., & Taylor, S. F. (2004). A three-component model of customer to service providers. *Journal of the Academy of marketing Science*, 32(3), 234-250.
- Banyte, J., & Dovaliene, A. (2014). Relations between customer engagement into value creation and customer loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 484-489.
- de Oliveira, M. J., Huertas, M. K. Z., & Lin, Z. (2016). Factors driving young users' engagement with Facebook: Evidence from Brazil. *Computers in Human Behavior*, 54, 54-61.
- Gremler, D. D., & Gwinner, K. P. (2000). Customer-employee rapport in service relationships. *Journal of Service Research*, 3(1), 82-104.
- Jamal, A., & Naser, K. (2002). Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 146-160.
- Kim, E., Chiang, L., & Tang, L. (2016). Investigating wellness tourists' motivation, engagement, and loyalty: in search of the missing link. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-13.
- Lusch, R. F. (2007). Marketing's Evolving Identity: Defining Our Future. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 261-268.
- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2006). Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*, 6(3), 281-288.
- Oly Ndubisi, N., & Kok Wah, C. (2005). Factorial and discriminant analyses of the underpinnings of relationship marketing and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 23(7), 542-557.
- Pelletier, L. G., Rocchi, M. A., Vallerand, R. J., Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2013). Validation of the revised sport motivation scale (SMS-II). *Psychology of Sport and Exercise*, 14(3), 329-341.
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Briere, N. M., & Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of sport and Exercise Psychology*, 17(1), 35-53.
- See-To, E. W., & Ho, K. K. (2014). Value co-creation and purchase intention in social network sites: The role of electronic Word-of-Mouth and trust—A theoretical analysis. *Computers in Human Behavior*, 31, 182-189.
- Storbacka, K., Brodie, R. J., Böhmman, T., Maglio, P. P., & Nenonen, S. (2016). Actor engagement as a microfoundation for value co-creation. *Journal of Business Research*, 69(8), 3008-3017.
- Styles, C., Patterson, P. G., & Ahmed, F. (2008). A relational model of export performance. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 880-900.
- Trainor, K. J., Andzulis, J., Rapp, A., & Agnihotri, R. (2014). Social media technology usage and customer relationship performance: A capabilities-based examination of social CRM. *Journal of Business Research*, 67(6), 1201-1208.
- Vilares, M. J. & Coelho, P. (2005). A Satisfação e a Lealdade do Cliente. Metodologias de Avaliação, Gestão e Análise. Escolar Editora
- Vivek, S. D. (2009). A scale of consumer engagement (Unpublished doctoral dissertation). University of Alabama, Tuscaloosa.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory & Practice*, 20(2), 122-146.
- Wiertz, C., & de Ruyter, K. (2007). Beyond the call of duty: Why customers contribute to firm-hosted commercial online communities. *Organization studies*, 28(3), 347-376.

14h45 - Isabella Limmer

Mestre em Gestão do Desporto pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL). Nascida na Alemanha, Baviera e residente em Portugal desde 2012. Ex-Atleta de competição em Judo e Natação. Trabalhou durante 3 anos na área do Fitness antes de criar a empresa Outdoor Adventures Portugal em 2014, especializada em atividades de aventura ao ar livre.

Communication of corporate social responsibility: An analysis of different brands in the outdoor industry

"In today's society and business world, corporate social responsibility (CSR) is a highly relevant topic" (Lunenberg, Gosselt, & De Jong, 2016, p.943). Over the last 30 years terms like global warming, environment pollution, sustainability, fair labour and CSR distract an immense attention within the society as well as in the world of business, what create a new challenge for brand leaders. Companies got the important task to balance brand reputation, consumer trust, mass consumption, radical corporation transparency and still not to forget sales and growth. The traditional marketing aspect of simply promoting a product or service became outdated, the commercial marketing slowly developed to the today known sustainability marketing. This is why the correlation of CSR and communication became a big role for organisations with the target motto *"Do good things and talk about it on every communication channel"* (Heinrich, 2013, p.2; own translation). One of the industry branches that recognised a remarkable growth in the last decade is the outdoor industry, moving to a multibillion-industry sector (Cobb, 2015). But the outdoor industry does not just demonstrate an immense gain in profit, also the external attention on outdoor brands' CSR engagement won in crucial importance. The outdoor brands industry demonstrates a direct correlation with the environment, as it equips the people with products for spending time in nature. However, based on this, outdoor brands are also asked for building products with the best quality, durability and technology. This causes outdoor companies the challenge of both, satisfying the consumers' requests for high-end quality and implementing a sustainable and responsible process. Based on its external CSR-communication and radical advertisement campaigns, the brand *Patagonia* became the flagship for a responsible company in the outdoor industry (CSR-central, 2015; Chouinard, 2006). This makes *Patagonia* to a brand differentiator by communicating its CSR engagement. But is *Patagonia* the only outdoor brand that builds brand differentiation by using CSR-communication or do others also react on the sustainable consumers' behaviour and follow the implementation of CSR-communication? Did CSR really become such a crucial role in the outdoor industry? The purpose of this study was defined by firstly analysing the role of CSR within the outdoor industry and the particular outdoor brands' opinion about sustainability marketing, especially CSR-communication, and consequently exploring the CSR-communication efforts on outdoor brands' websites. The research is divided into two parts. Firstly, a standardized open-end interview with four different outdoor brands was conducted and analysed. Secondly, a benchmark tool was developed, based

on literature and the results of the former conducted interviews. In total 22 different outdoors brands' online CSR-communication are investigated and taken in comparison. This thesis shows that CSR and especially brands' external CSR-communication play a crucial role in the outdoor industry. An important conclusion is though that the consulted corporations emphasise that it is not enough just communicating any CSR effort, it is important to communicate CSR as a whole business process and provide therefore transparency. Various outdoor brands follow actually the objective of driving the outdoor industry as a whole to a social and environmental aware industry. Also the implementation of a common third-party eco-label is highly desired. Furthermore, one can say that outdoor companies can be classified due to their CSR-communication on their corporate's website. All analysed outdoor brands implement CSR-communication, what proofs that CSR-communication cannot be ignored anymore. Whereas seven of the 22 companies show no remarkable CSR-communication efforts and represent therefore the classification denier. Lastly it was identified that the majority implements CSR-communication more as risk mitigation than brand differentiation. But Patagonia will not stay the only brand that implements CSR-communication as differentiation tool, brands like *Haglöfs*, *Vaude* are also implementing the CSR related brand differentiation strategy. Furthermore various outdoor brands like *Bergans*, *Fjällräven*, *The North Face* and *Prana* are heading on the right direction and others will follow.

Referências

- Chouinard, Y. (2006). *Let my people go surfing – The education of a reluctant businessman*. New York: Penguin Books.
- Cobb, D. (January, 2015). Outdoor performance apparel: peaks, valleys, and green fields – 2015 edition. *Just style*. Retrieved from: <http://www.marketresearch.com/product/sample-8684095.pdf>
- CSR Central (March, 2014). Patagonia – the clothing company with a revolutionary approach to CSR & sustainability. *CSR-Central*. Retrieved from: <http://csrcentral.com/patagonia-the-clothing-company-with-a-revolutionary-approach-to-csr-sustainability/>
- Heinrich, P. (2013). *CSR und Kommunikation – Unternehmerische Verantwortung überzeugend vermitteln*. Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Lunenberg, K., Gosselt, J.F., & De Jong, M.D.T. (October, 2016). Framing CSR fit: How corporate social responsibility activities are covered by news media. *Public Relations Review*, 42(5), 943-951. Retrieved from: http://ac.els-cdn.com/S0363811115300771/1-s2.0-S0363811115300771-main.pdf?_tid=04dc9bc0-028c-11e7-b3ac-00000aabc35f&acdnat=1488818785_17a07c4e1956de3f6eb009c8bfc0e61e

15h - Tiago Ribeiro

Doutorando em Motricidade Humana pela Faculdade de Motricidade Humana da Universidade de Lisboa (FMH-UL) na especialidade de Sociologia e Gestão do Desporto. Gestor do desporto, assistente convidado na Universidade Lusófona e na Universidade de Évora e bolseiro da Universidade de Lisboa e do Comité Olímpico Internacional (COI).

A singularidade dos problemas nos Jogos Olímpicos Rio 2016

Esta comunicação tem como objetivo apresentar os problemas organizacionais identificados nos Jogos Olímpicos Rio 2016 e analisar os seus efeitos no impacto social. Inseridos num contexto cada vez mais dinâmico e competitivo, os Jogos Olímpicos são afetados por vários problemas estratégicos e organizacionais que precisam de ser identificados de forma a encontrar soluções para que a organização possa operar de forma mais eficiente e eficaz (Parent, 2008). Os problemas organizacionais representam incoerências ou controvérsias, com base em diferenças de expectativas e com implicações no desempenho organizacional (Zyglidopoulos, 2003). A literatura apresenta vários estudos que vêm diagnosticando os problemas mais comuns na organização de eventos desportivos, considerando a perspetiva da comissão organizadora e dos seus parceiros no desenvolvimento do problema (Burbank et al., 2001; King, 1991; Yarbrough, 2000; Ratnatunga & Muthaly, 2000; Parent, 2008; O'Reilly et al., 2008; Leopkey & Parent, 2009; Parent et al., 2011; Parent et al., 2014). Atualmente, novos problemas têm restringido a ação dos comités organizadores nos megaeventos desportivos (Parent, MacDonald & Goulet, 2014). Mais pesquisas são necessárias para sustentar o quadro conceptual proposto por Parent e colegas (2008, 2011, 2014) e existe ainda uma carência de dados quantitativos no âmbito do estudo dos problemas organizacionais (O'Reilly et al., 2008). Por outro lado, é preciso compreender quais as consequências sociais que estes problemas manifestam para a comunidade, nomeadamente para os seus residentes locais. Ao longo do tempo, este processo de acolhimento dos Jogos Olímpicos tornou-se mais complexo, caro e competitivo, deixando consequências nas suas comunidades locais. As edições mais recentes dos Jogos Olímpicos (e.g., Londres 2012) têm enfatizado a necessidade de proporcionar um impacto positivo e duradouro para as comunidades anfitriãs (Leopkey & Parent, 2015). No caso do impacto social, vários estudos têm demonstrado a importância de se identificar os fatores que influenciam o impacto social após o evento (Inoue & Havard, 2015; Kim & Walker, 2012). O impacto social é definido como um orgulho local, julgamento da comunidade entre os moradores que acolhem o evento (Crompton, 2004). A compreensão dos impactos sociais gerados pelos megaeventos desportivos está sujeita a várias influências contextuais, culturais e sociais (Fredline, 2005; Barker, 2004) que merece ser investigada. Esse conhecimento pode desempenhar um papel importante na informação aos comités organizadores, às cidades de acolhimento e aos decisores políticos sobre as percepções dos seus residentes e as experiências que esperam vivenciar no evento (Swart & Jur, 2012). Para cumprir os objetivos desta investigação foi realizada uma análise documental com base nas notícias publicadas pelos meios de comunicação social para identificação de problemas

organizacionais. Recorreu-se posteriormente à análise fatorial confirmatória e aos modelos de equações estruturais para analisar o efeito dos problemas no impacto social dos Jogos Olímpicos Rio 2016. Os participantes na investigação foram os voluntários credenciados para os Jogos Olímpicos Rio 2016. Foram ainda recolhidas fotografias antes (55 dias antes do evento), durante e após os Jogos (55 dias depois dos Jogos), como forma de complementar esta análise. Foram encontrados problemas ao longo das diferentes fases do evento: pré-Jogos, nos Jogos e pós-Jogos. Os problemas mais representativos foram os problemas operacionais, seguidos pelos infraestruturais, e posteriormente pelos ambientais e sociais. Os resultados da análise fatorial confirmatória indicaram que o constructo da segurança e dos problemas ambientais foram os mais representativos dos problemas organizacionais nos Jogos Olímpicos Rio 2016. Por fim, os resultados do modelo estrutural indicam o constructo dos problemas organizacionais nos Jogos Olímpicos Rio 2016 como um preditor significativo do impacto social negativo, designadamente ao nível dos conflitos sociais e dos custos. Considerando esta relação entre os problemas organizacionais e o impacto social, pode-se considerar que o facto de existirem mais problemas nos Jogos contribui para o aumento da percepção sobre o impacto social negativo na cidade. Deste modo, os resultados obtidos fornecem evidências empíricas de que os voluntários percebem que estes problemas geram conflitos sociais e custos para a comunidade local. Espera-se que esta comunicação seja importante para a compreensão dos problemas organizacionais, bem como as suas implicações na gestão ligada à organização olímpica. Complementarmente, pelo elevado número de problemas existentes nos Jogos Olímpicos e pelo mediatismo internacional que esses problemas repercutem, torna-se necessário que o Comité Olímpico Internacional (COI) e o Comité Organizador dos Jogos Olímpicos (COJO) criem novas ferramentas de gestão com base no conhecimento existente, com vista a responder de forma mais eficaz e eficiente aos novos problemas que surgem no âmbito dos Jogos Olímpicos.

Referências

- Barker, M. (2004). Crime and sport events tourism: The 1999-2000 America's Cup. In B. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues* (pp. 174-191). Clevedon: Channel View Publications
- Burbank, M.J., Andranovich, G.D., & Heying, C.H. (2001). *Olympic dreams: The impact of mega-events on local politics*. London: Lynne Reiner.
- Crompton, J.L. (2004). Beyond economic impact: An alternative rationale for the public subsidy of major league sports facilities. *Journal of Sport Management*, 18(1), 40-58.
- Fredline, E., Deery, M. & Jago, L. (2005). Testing of a compressed generic instrument to assess host community perceptions of events: a case study of the Australian Tennis Open tournament. En J. Allen (Ed.), *The impacts of events: Proceedings of the International Event Research Conference held in Sydney*, (pp. 158-177). Lindfield, Australia: Australian Centre for Event Management.
- Inoue, Y. & Havard, T. (2014). Determinants and consequences of the perceived social impact of a sport event. *Journal of Sport Management*, 28(3), 295-310.
- Kim, W., & Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15(1), 91-108.
- King, F.W. (1991). *It's how you play the game: The inside story of the Calgary Olympics*. Calgary, Canada: Script.
- Leopkey, B., & Parent, M. M. (2009). Risk management issues in large-scale sporting events: A stakeholder perspective. *European Sport Management Quarterly*, 9(2), 187-208.

- Leopkey, B., & Parent, M. M. (2015). Stakeholder perspectives regarding the governance of legacy at the Olympic Games. *Annals of Leisure Research*, 18(4), 528–548.
- Parent, M. (2008). Evolution and issue patterns for major-sport-event organizing committees and their stakeholders. *Journal of Sport Management*, 22(2), 135–164.
- Parent, M. M., Rouillard, C., & Leopkey, B. (2011). Issues and strategies pertaining to the Canadian governments' coordination efforts in relation to the 2010 Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 11(4), 337–369.
- Parent, M., MacDonald, D. & Goulet, D. (2014). The theory and practice of knowledge management and transfer: The case of the Olympic Games. *Sport Management Review*, 17, 205–218.
- Ratnatunga, J., & Muthaly, S.K. (2000). Lessons from the Atlanta Olympics: Marketing and organizational considerations for Sydney 2000. *International Journal of Sport Marketing & Sponsorship*, 2, 239–257.
- Swart, K. & Jurd, M. (2012). Informal residents' perceptions of the 2010 FIFA World Cup: A case study of an informal settlement in Cape Town. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 1, 42-52.
- Yarbrough, C.R. (2000). *And they call them games: An inside view of the 1996 Olympics*. Macon, GA: Mercer University Press.
- Zyglidopoulos, S.C. (2003). The issue life-cycle: Implications for social performance and organizational legitimacy. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 70–81.

16h15 - Carla Vaz Paulo

Pós-Graduada em MBA. Certificada em Business e Master Coach. Mais de 17 anos em empresas de TI com cargos de liderança de equipas e direção. É Consultora e Coach da e-Estratégico, Business & Coaching.

As novas tendências: Projeções no corpo e nas organizações

O papel do gestor nos dias de hoje mudou. Existem novas tendências no mercado que indicam que um gestor para saber gerir melhor os outros, tem de saber gerir primeiro a si mesmo, e depois saber gerir os comportamentos dos outros. Estas novas tendências indicam também que o gestor deve ser capaz de se adaptar a um mercado cada vez mais global e digital. Como encarar então as novas tendências de forma a poder gerir melhor as pessoas e as organizações? Como o gestor faz uso da mente e do corpo na sua gestão? Como pode o coaching estratégico potenciar a gestão diária nas organizações?

16h45 - Susana Melo

Licenciada pela Faculdade de Motricidade Humana em Ciências do Desporto – Especialização em Gestão do Desporto. Entre 1994 e 2004 trabalha no Marketing em várias empresas: American Nike, Fisiosport e Sogenave S.A.. É co-fundadora em 2001 do estudio Euphotographo, onde é responsável pelas áreas de Produção e Administrativa, tendo realizado campanhas para a BMW, Nintendo, Cofidis, Meo, Vodafone, CTT, FNAC, BPI, entre outras. Desde 2005 é sócia gerente na empresa Escandicasa - Investimentos Imobiliários e Turísticos, onde inicia a sua aventura no turismo com o projecto Quinta do Miguel- Getaway Villas at Meco-Turismo em Espaço Rural.

Turismo, sim ou não?

Proponho uma viagem pelo turismo, pela sua essência, pelo modo como nos toca, pelas suas familiaridades, pela forma como nos poderemos enquadrar enquanto peça ativa nas mudanças que estão a acontecer à nossa volta. Assim sendo, o objetivo desta apresentação é o de propor a todos uma reflexão sobre qual poderá ser o nosso papel neste fenómeno que é o turismo, e de que tanto se tem falado, umas vezes de modo positivo, outras nem tanto. Ora, como concretizar este propósito? Talvez tornando mais consciente alguns factos constitutivos desta realidade, que está a mudar a “face” do País e do mundo. Sim, porque este fenómeno é global e já está acontecer, não depende de nós; pará-lo será impossível. Contorná-lo? Talvez, ou então deixarmo-nos ir na maré... Queremos ser ativos neste processo? Sim ou não? Este é o desafio que vos lanço. Em 1911, quando se realizou o 4º Congresso Internacional de Turismo em Lisboa, sonhava-se em transformar Portugal num dos principais destinos do turismo da Europa e do mundo; a estratégia era perfeita: na profunda crise financeira que o País atravessava, influenciados pelo sucesso daquela em países como a Itália e França, o turismo iria equilibrar a nossa Balança Comercial... Soa familiar? Em 2016, o sector do turismo representou 16,7% (+1,3) do total de exportações de bens e serviços do País. Foi responsável por 48 000 novos postos de trabalho e representou 6,9% do PIB. Seguindo a tendência de crescimento dos últimos anos, os dados do Turismo de Portugal revelam um aumento de 15,2% das receitas nos primeiros dois meses de 2017, assim como um aumento do número de hóspedes em 11% e de dormidas em 10%. Da crise ressurgiu um Portugal que está na moda! Este ano, fomos considerados pelo Fórum Económico Mundial o 14º destino mais competitivo do mundo. E, segundo o mesmo ranking de competitividade, o 3º lugar nos países da bacia mediterrânica. A crescente notoriedade e progressiva atenção reveladas pela imprensa internacional não são fruto do acaso, mas sim de uma estratégia de promoção do Turismo de Portugal. E qual a razão para este sucesso? A principal razão, segundo o diretor da Organização Mundial do Turismo, Taleb Rifai, são os Portugueses. A nossa capacidade de receber bem, a simpatia, a disponibilidade são Ativos que nos diferenciam dos nossos concorrentes. O património cultural e arquitetónico é outro dos pontos fortes de Portugal, a par com paisagens naturais, praia, gastronomia e vinhos. Em 2016, recebemos 19,1 milhões de visitantes em todo o País. Apesar do terrorismo, pandemias, crises sociais, catástrofes naturais, o turismo é um fenómeno global de crescimento e um motor

económico. Em Portugal não é diferente. Sugiro que centremos a atenção na nossa identidade: continuar a ser autênticos, genuínos e sustentáveis neste ritmo de crescimento definirá o nosso futuro neste sector. Mas esta tarefa complexa só terá sucesso no pressuposto de enquadrarmos os seus elementos no âmbito da ética para o turismo.

Referências

- Aicep, Portugal Global – Exportações
http://www.portugalglobal.pt/PT/RevistaPortugalglobal/2016/Documents/Portugalglobal_n90.pdf
- AUGUSTO MATEUS E ASSOCIADOS, O CONTRIBUTO DO SETOR DOS SERVIÇOS PARA AS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS E PARA ATRAÇÃO DE NÃO RESIDENTES <http://www.amconsultores.pt/pt#>
- Banco de Portugal, Análise do setor do turismo 2011-2016
https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/nie_estudo_17_2014.pdf
- Controlinvest e Intercam, Inquérito a Turistas http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Estudo%20Satisfa%C3%A7%C3%A3o%20dos%20Turistas/Inqu%C3%A9rito%20Turistas%20Inverno_2015.pdf
- Deloitte 2017, Travel and hospitality industry Outlook <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Tend%C3%Aancias/travelandhospitalityindustryoutlook2017.pdf>
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS, PORTUGAL ESTÁ NA MODA? NÃO É MAIS QUE ISSO
<http://www.dn.pt/sociedade/interior/portugal-esta-na-moda-nao-e-mais-do-que-isso-8476419.html>
- EL PAÍS, Lisboa se pone por las nubes
http://economia.elpais.com/economia/2017/01/26/actualidad/1485452921_354200.html
- EUROSTAT <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/main-tables>
- Flash Eurobarometer Report, Preferences of Europeans Towards Tourism http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Atividades%20Tur%C3%ADsticas/Flash%20Barometer_432_en_2016.pdf
- ITB, World Travel Trends Report 2016/17 <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/itbworldtraveltrendsreport20162017.aspx>
- KNOEMA, ATLAS MUNDIAL DE DADOS <http://pt.knoema.com/atlas>
- OBSERVADOR, Governo quer promover turismo ferroviário para turistas nacionais e estrangeiros
<http://observador.pt/2017/05/03/governo-quer-promover-turismo-ferroviario-para-turistas-nacionais-e-estrangeiros/>
- Organização Mundial do Turismo, Código Mundial de Ética do Turismo <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Sustentabilidade/C%C3%B3digo%20Mundial%20%C3%89tica%20Turismo.pdf>
- Pricewaterhousecoopers, Emerging TRENDS IN REAL ESTATE <http://www.pwc.com/gx/en/asset-management/emerging-trends-real-estate/europe/emerging-trends-in-real-estate-2017.pdf>
- PUBLITURIS, AS 10 TENDÊNCIAS DO FUTURO DO TURISMO <http://www.publituris.pt/2015/12/30/as-10-tendencias-do-futuro-do-turismo/>
- QCPTV.com, PORTUGAL - Expect the Unexpected | <https://www.youtube.com/watch?v=TN5BwFLL0bg>
- TERRAMOTOURISM, DOCUMENTÁRIO <https://vimeo.com/191797954>
- TSF, Ana Mendes Godinho rejeita excesso de turismo <http://www.tsf.pt/politica/interior/easyjet-pode-instalar-sede-em-portugal-garante-secretaria-de-estado-do-turismo-5733993.html>
- Turismo de Portugal, Turismo 2020
http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020_Parte%20I_mercados%20-%20SWOT.pdf
- Turismo de Portugal, Estratégia Turismo 2027, <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Pol%C3%ADticas%20e%20Estrat%C3%A9gia/estrategiaturismo2027.pdf>
- TURISMO DE PORTUGAL, TURISMO EM N.ºS MARÇO 2017 <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Análises/Alojamento/turismoemnumerosmarço2017.pdf>
- TURISMO DE PORTUGAL, PORTUGAL 2016 PRINCIPAIS INDICADORES DA ACTIVIDADE TURISTICA
<http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Análises/Economia/atividadeturisticaem2016.pdf>

WORLD ECONOMIC FORUM, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf

WORLD TOURISM ORGANISATION, TOURISM HIGHLIGHTS 2016, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

WORLD TOURISM ORGANIZATION, Portugal commits to the International Year of Sustainable Tourism for Development 2017 <http://media.unwto.org/press-release/2017-02-14/portugal-commits-international-year-sustainable-tourism-development-2017>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD-PORTUGAL <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/portugal2017.pdf>

17h15 - Abel Correia

Professor associado com agregação da FMH-UL. Coordenador do Mestrado em Gestão do Desporto (FMH/ISEG) e do Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto “Noronha Feio”.

Há baleias a remar e a velejar nos Açores: Da baleação ao desporto, um percurso

Esta comunicação acontece no âmbito da investigação *“O desportivo, o social e a gestão do património dos botes baleeiros nos Açores*, financiada em 2015 e 2016 pela Direção Geral da Cultura da Secretaria Regional da Educação, Ciência e Cultura, Governo Regional dos Açores, isto ao nível do apoio ao património baleeiro. A investigação teve como objetivo: identificar, interpretar e contextualizar a dimensão desportiva dos botes baleeiros nos Açores. Investigou-se a utilização desportiva dos botes baleeiros nas Ilhas Açorianas, o que foi acontecendo progressivamente depois do fim da baleação. E por quê esta investigação? Entendeu-se que havia aqui matéria de espanto para o desporto. Os Açores, além da recuperação do património, tinham colocado centenas de pessoas nos treinos e nas regatas a remo e à vela, utilizando o bote baleeiro. Tinha-se passado de uma atividade laboral, a caça, ligada à sobrevivência das populações para atividades onde o ludismo, o prazer, a cultura, o património, se aliam nos tempos livres, ao movimento e à competição no mar. Na primeira fase da investigação o tema foi contextualizado através da análise documental. Na segunda fase, realizaram-se entrevistas: em 2015, 25 na Ilha do Pico; em 2016, foram 19 repartidas pelo Faial, Flores, São Miguel, Santa Maria, Terceira, Graciosa e São Jorge. Nas diversas Ilhas recolheu-se também material fotográfico em regatas e do património baleeiro material e outros documentos julgados oportunos. Dos 44 entrevistados um é do género feminino, vários têm familiares que participaram na baleação nos Açores e a maioria ocupa posições de liderança em entidades que gerem as regatas (essencialmente clubes náuticos e juntas de freguesia). Há ainda a referir que três dos entrevistados são proprietários de botes e um de uma lancha baleeira. No tratamento dos dados utilizou-se a análise temática das entrevistas e adicionou-se o poder interpretativo das fotografias. Constituiu-se uma narrativa em que as evidências das afirmações dos entrevistados e das imagens guiaram para a confirmação do facto, para a novidade ou para a exclamação, até à exposição das palavras. O recorte das entrevistas em temas e subtemas relevaram questões importantes que permitiram a identificação e a interpretação do processo de desportivização dos botes baleeiros, isto através do estabelecimento de pontes entre os atores, os portos baleeiros e as Ilhas, entre o passado e a atualidade. Ao longo da comunicação apresentam-se histórias, relatos, da baleação até ao desporto, às regatas. Começa-se no baleeiro herói local, na luta pela sobrevivência, era a baleia que era preciso matar. Os campeões eram os mais fortes na caça e nos desafios pontuais. Depois na defesa da baleia o baleeiro foi assassino, pararam os botes e as lanchas. E com as memórias dos familiares resgataram-se os baleeiros, voltaram heróis e veio a discussão do património e da identidade. Vieram as regatas, os remos e as velas... com a baleia na proa.

O Professor Gustavo Pires

Palavras de circunstância

Retratar em poucas palavras uma vida dedicada ao desporto não é fácil.

Desde jovem denunciou a sua paixão pelo desporto e pelas atividades de mar.

Foi nesta casa que cumpriu a sua formação em Educação Física.

Bem cedo com um bom mestre, o Professor Noronha Feio, aprendeu e conheceu os meandros da GESTÃO nas organizações de desporto. Foi empreendedor e dedicou também o seu saber e empenho ao Desporto Escolar.

Na sua escola, INEF que passou a ISEF e depois a FMH, fez a sua carreira académica, sendo a sua irreverência e resiliência, sinais que deixaram marca e marcas. Fez parte de quase todos os órgãos diretores desta instituição e, nem sempre foi bem compreendido e aproveitado.

É na FMH, nas Ciências do Desporto, que desenvolve o projeto “Gestão do Desporto” que viria a tornar-se realidade: na Licenciatura, no Mestrado e posteriormente área de especialidade no doutoramento em Motricidade Humana.

Acompanhou sempre a sua atividade pedagógica com a escrita de manuais e obras de referência.

Parte da sua carreira é dedicada ao estudo do movimento olímpico moderno, com a autoria de vários livros, tornando-se um estudioso de Coubertin e traçando um caminho sem fronteiras para a interpretação e pesquisa dos verdadeiros valores e princípios da Carta Olímpica que, no seu entender, são a base correta para o desenvolvimento da gestão do desporto.

Há ainda a relevar em termos organizacionais:

- A fundação da Associação Europeia de Gestão do Desporto, da qual é vice-presidente honorário;
- A conceção e formação da Associação Portuguesa de Gestão do Desporto, (APOGESD) a que presidiu vários anos;
- A criação de um espaço de estudo, reflexão e pesquisa do movimento olímpico, o Fórum Olímpico de Portugal;
- E a criação do Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto “Noronha Feio”.

Haverá quem dele discorde ou até quem não queira entender. Como alguém dizia: “É possível levar um cavalo à água, mas é impossível obrigá-lo a beber”. Assim sendo, missão cumprida.

Como velejador, como na vida académica, *é entre portos onde ancora e zarpa, que navega, por vezes, em águas tumultuosas.*

O leme e a bússola foram indispensáveis e são eles o seu legado.

Um justo obrigado pelo que nos ensinou.

Obrigado Gustavo

Carlos Colaço

Apresentação Professor Noronha Feio

Joana Ramos, Thiago Rocha, Catarina Neto e Gisele Maria Schwartz

“Hoje vamos conversar”...

Tal como o professor Noronha Feio dizia no início das suas aulas.

Mas hoje vamos conversar sobre Noronha Feio.

Nascido em Nova Lisboa (Angola) a 17 de Março de 1932, foi nesta Faculdade, na altura designada Instituto Nacional de Educação Física, que cumpriu a sua formação. Começou a exercer com 21 anos na área de Educação Física, área à qual dedicaria toda uma vida.

Apenas com 19 anos, é na cidade do Porto que revela a sua tendência como animador cultural, presidindo à Direcção do Círculo de Cultura do Porto e lecionando na Escola de Teatro do Círculo de Cultura Teatral do Porto.

Simultaneamente, traduziu e editou a obra de Joffre Dumazedier *“Regards neufs sur le sport”* que veio influenciar significativamente a visão a que estava reduzida a atividade desportiva de então.

A sua dedicação e exemplo levaram-no a Diretor do então Instituto Nacional de Educação Física (INEF), cargo pela primeira vez desempenhado por um profissional de Educação Física.

No ano de 1967, assume a presidência do Conselho Provincial de Educação Física de Moçambique, o que propiciou, na região suburbana de Lourenço Marques, uma experiência de intervenção política desportiva que na altura tomou o nome de “Experiência do Caniço” (criação de cerca de 20 piscinas no meio circundante). Esta, resultou do seu idealismo e força de vontade. Contudo, nunca chegou a ver a obra terminada...

“No Caniço, vinha-nos à memória o ar feliz e educado dos meninos de Vila Nova; também ali o povo estava ao nosso lado e sentia-se orgulhoso ao pensar que, finalmente, alguém pensava nele e nos seus filhos. Fica-me a mágoa de ter saído de Lourenço Marques sem ter podido ver nenhuma das 20 piscinas construídas a funcionar... nem estas nem tantas outras coisas que os sonhos já não continham e a ânsia tornava urgente materializar em clima humano e físico tão generoso.”

Noronha Feio

Destacamos também uma outra componente da sua vida que diz respeito à sua produção literária: numerosos artigos e comunicações, livros, conferências, coproduções, orientação de trabalhos académicos, trabalhos técnicos, os ensaios e numa faceta praticamente desconhecida, a produção poética.

Dos testemunhos de todos aqueles que com ele trabalharam e conviveram, não podemos deixar de destacar que toda a sua ação diretiva era fundamentalmente pedagógica. Noronha Feio procurou sempre agir pela persuasão, pelo conhecimento, pelo exemplo e pela competência.

Animador, orientador técnico, treinador, professor, a todos marcou pela forma brilhante como se relacionava com o fenómeno desportivo.

E é nele que o Centro de Estudos de Desenvolvimento do Desporto “Noronha Feio” se tenta inspirar para promover o conhecimento em gestão do desporto e uma intervenção social digna da sua memória.