



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

**Uma Análise Sobre Fatores que Afetam o
Crescimento da Audiência do Futebol
Americano no Brasil: Um Estudo de Caso**

Adriel Kaminski Muñoz

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, 21 de novembro de 2016.



Adriel Kaminski Muñoz

**Crescimento da Popularidade do Futebol Americano no
Brasil**

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador: João Renato Benazzi

Rio de Janeiro, 21 de novembro de 2016.

“Não deixe de fazer algo que gosta, devido à falta de tempo, pois a única falta que terá, será desse tempo que infelizmente não voltará mais”.

(Mário Quintana)

Agradecimentos

Gostaria de agradecer a todas as pessoas que de alguma forma me ajudaram nesta trajetória e no desenvolvimento da minha monografia.

À minha família e principalmente minha mãe que me orientou durante o processo e sempre cooperou quando mais precisava.

A todos que acreditam no crescimento do futebol americano no Brasil e a todos os atletas amadores do país que suam a camisa, custeiam seus próprios uniformes e transportes para os jogos, se lesionam, jogam sem apoio e continuam se sacrificando, treinando e jogando em busca do crescimento do esporte.

E por fim, à minha equipe de futebol americano, o Falcões, que me proporcionou momentos inesquecíveis, de muitas conquistas e que contribuíram bastante para o desenvolvimento da minha monografia com conhecimentos do esporte e seu crescimento no Brasil.

Resumo

Muñoz, Adriel Kaminski. Benazzi, João Renato. Crescimento da Popularidade do Futebol Americano no Brasil. Rio de Janeiro, 2016. Número de páginas p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente trabalho tem como principal objetivo avaliar o crescimento do futebol americano no Brasil, esporte originário e mais popular atualmente dos Estados Unidos. Através de estudos de casos de campeonatos brasileiros de futebol americano, de transmissões do campeonato principal americano e pesquisas com fãs e atletas brasileiros do esporte da bola oval, foi possível avaliar o crescimento da popularidade do futebol americano no país dos últimos anos.

Palavras- chave

Futebol americano, transmissões, futebol americano brasileiro, superliga nacional, amadores, popularidade, fãs.

Abstract

Muñoz, Adriel Kaminski. The popular growth of American football in Brazil. Rio de Janeiro, 2016. Número de páginas p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The main objective of this project is to analyze the growth of American football in Brazil, the most popular sport in the United States of America. Through case studies about American football played in Brazil, broadcast of the American League and research with fans and Brazilian athletes of the sport, it was possible to evaluate the popularity growth of football in Brazil in the last few years.

Key-words

American football, broadcasts, Brazilian American football, national superleague, amateurs, popularity, fans.

Sumário

| | |
|---|----|
| 1 O tema e o problema de estudo | 1 |
| 1.1. Introdução | 1 |
| 1.2. Objetivo do estudo | 3 |
| 1.3. Objetivos intermediários do estudo | 4 |
| 1.4. Delimitação e foco do estudo | 4 |
| 1.5. Justificativa e relevância do estudo | 5 |
| 2 Revisão de literatura | 6 |
| 2.1. O Consumidor Esportivo | 6 |
| 3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo | 10 |
| 3.1. Etapas de coleta de dados | 10 |
| 3.2. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo | 11 |
| 3.3. Limitações do Estudo | 11 |
| 4 Apresentação e análise dos resultados | 13 |
| 4.1. Perfil dos respondentes da pesquisa quantitativa | 13 |
| 4.1.1. Perfil dos fãs do futebol americano | 14 |
| 4.1.2. O fã da NFL | 15 |
| 4.1.3. O futebol americano no Brasil | 20 |
| 4.1.4. Motivos de o fã gostar do futebol americano | 27 |
| 4.1.5. Praticando o futebol americano | 28 |
| 4.1.6. Comentários abertos dos fãs | 32 |
| 4.2. Entrevista aprofundada | 33 |
| 4.3. Especialistas de futebol americano | 33 |
| 5 Conclusões e recomendações para novos estudos | 39 |
| 5.1. Sugestões e recomendações para novos estudos | 41 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 6 Referências Bibliográficas | 42 |
| Anexo 1. Questionário quantitativo | 44 |
| Anexo 2. Entrevista aprofundada | 46 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1: Tabela do Carioca Bowl 2015 – Fonte: Página do Facebook do Carioca Bowl (2015) | 3 |
| Figura 2: Influências no comportamento do consumidor esportivo - Fonte: Mullin, Hardy e Sutton (2004) | 6 |
| Figura 3: Você assiste ou já assistiu futebol americano?..... | 13 |
| Figura 4: Faixa etária dos respondentes | 14 |
| Figura 5: Grau de escolaridade dos respondentes | 15 |
| Figura 6: Respondentes que atualmente assistem a NFL | 16 |
| Figura 7: Dia da semana em que os respondentes assistem a NFL..... | 16 |
| Figura 8: Quantitativo de jogos da NFL que os respondentes assistem durante a semana | 17 |
| Figura 9: Plataformas utilizadas pelos respondentes para assistirem semanalmente os jogos da NFL | 18 |
| Figura 10: Nível de compreensão dos respondentes sobre as regras do jogo... .. | 19 |
| Figura 11: Ligas ou campeonatos assistidos, além da NFL..... | 20 |
| Figura 12: Crescimento do futebol americano no Brasil | 21 |
| Figura 13: Primeira aparição do Brasil na Copa do Mundo de Futebol Americano 2015 | 22 |
| Figura 14: Assistiu algum jogo de futebol americano no Brasil..... | 22 |
| Figura 15: Campeonatos dos jogos assistidos | 23 |
| Figura 16: Torce pelo time de coração no futebol americano | 24 |
| Figura 17: Assistiria novamente | 25 |
| Figura 18: Assistiriam a um jogo do clube pelo qual torcem na Superliga Nacional | 26 |

| | |
|--|----|
| Figura 19: O que falta para que os jogos dos times afiliados a clubes populares tenham mais público..... | 27 |
| Figura 20: Já praticou futebol americano..... | 29 |
| Figura 21: Joga futebol americano ou jogou por quanto tempo | 29 |
| Figura 22: Joga em algum time ou campeonato | 30 |
| Figura 23: Maior motivo de não ter praticado o futebol americano | 31 |
| Figura 24: Menor motivo de não ter praticado o futebol americano | 31 |

Lista de Tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Escala do envolvimento dos torcedores | 8 |
| Tabela 2: Gênero dos respondentes | 14 |
| Tabela 3: Times da NFL pelos quais os respondentes torcem | 19 |

1 O tema e o problema de estudo

1.1.Introdução

O Futebol Americano, esporte originário nos Estados Unidos (EUA), está cada vez mais popular no Brasil. Começou nos anos 90 com as primeiras transmissões da NFL (*National Football League*, ou Liga Nacional de Futebol) na TV Bandeirantes. Atualmente existem duas emissoras de TV (ESPN [*Entertainment and Sports Programming Network* ou Rede de Programação de Esportes e Entretenimento] e Esporte Interativo) transmitindo os jogos da principal liga americana. A NFL é uma liga com 32 times, divididos em duas conferências a NFC (*National Football Conference*, ou Conferência Nacional de Futebol) e a AFC (*American Football Conference*, ou Conferência Americana de Futebol), cada uma com 16 times, com o objetivo principal de classificarem para o *Super Bowl* (final anual do campeonato da NFL). A ESPN também transmitiu alguns jogos da liga universitária (*National Collegiate Athletic Association*, ou NCAA) e de futebol americano de arena (*Arena Football League*, ou AFL), diz o jornalista da ESPN Media Zone, Luiz Pattoli (2015).

Segundo Diretor executivo do Ibope Repucom, José Colagrossi (2015), mais de 500 mil pessoas passaram pelo canal televisivo ESPN para acompanhar o *Super Bowl* em 2015, significando um aumento de 84% em relação à transmissão de 2014. Outra pesquisa de Colagrossi (2014), aponta que de 2013 para 2014 a quantidade de fãs da modalidade triplicou, ao passar de 1,2% para 3,6% da população brasileira, parcela que representa cerca de 3,3 milhões de interessados.

Outro estudo realizado de Colagrossi (2016) aponta que 21% dos internautas brasileiros se declararam fãs de futebol americano, o que representa 14,3 milhões de pessoas. A pesquisa mostra um crescimento de 13% no número de fãs do esporte, comparando com a última pesquisa feita em setembro de 2015. Segundo Colagrossi (2016), há dois fatores que explicam o crescimento de fãs brasileiros. O diretor aponta que houve um aumento de assinantes de TV por assinatura, que somam um crescimento de quase 15 milhões de 2006 para

2014, de acordo com a Associação Brasileira de Televisão por Assinatura. O diretor também aponta o fato de que jovens adultos preferirem esportes que promovam uma satisfação instantânea, o que os levam para o futebol americano, que possui jogos intensos e de muita estratégia.

Uma pesquisa feita por Jason Mander, diretor de pesquisa da Global Web Index e Statista, Mander (2015), revela que existem 19,7 milhões de brasileiros apaixonados pelo futebol americano, ficando atrás apenas do México em número de fãs da NFL fora dos EUA. Com essa popularidade, o porta-voz da NFL, Michael Signora, confirmou interesse da Liga em realizar em 2017 no Brasil, o *Pro Bowl* (Jogo das Estrelas), um jogo comemorativo no final da temporada anual, com os melhores jogadores da temporada de cada posição.

No Brasil há também o surgimento e crescimento de diversas ligas nacionais e estaduais amadoras, em vários estados, onde a Superliga Nacional é o principal campeonato, organizado pela CBFA (Campeonato Brasileiro de Futebol Americano), representando o primeiro campeonato nacional unificado, com 31 equipes em todo o país. Nesses campeonatos, diversos times estão vinculados aos tradicionais clubes de futebol do Brasil, como o Clube de Regatas do Flamengo, Clube de Regatas Vasco da Gama, Botafogo Futebol e Regatas, Sport Club Corinthians Paulista, Sociedade Esportiva Palmeiras, Santos Futebol Clube, Madureira Esporte Clube, entre outros, porém, não recebem verbas ou apoio financeiro de seus clubes, apenas alguns espaços para divulgação de treinamentos e ações de marketing com torcedores nos intervalos dos jogos.

Há campeonatos de outras modalidades também, como o Futebol Americano de Areia, tendo como o principal campeonato dessa modalidade o Carioca Bowl, praticado das praias de Botafogo e Copacabana, no Rio de Janeiro e que está atualmente em seu 17º ano consecutivo.

A figura 1 apresenta a tabela de jogos realizados durante o 16º Carioca Bowl, em 2015.

| Tabela Carioca Bowl 2015 | | | | | | | | |
|--------------------------|---|-------|---------|---------|-----------------|------------------|-----|---------------------------------|
| Classificação | Time | Jogos | Vitória | Derrota | Árbitro Faltoso | Árbitro Atrasado | W.O | Próximos jogos |
| 1º |  Rocks | 6 | 6 | 0 | 2 | 1 | 0 | 20/06 - SÁBADO - 15H 21 X 28 |
| 2º |  Falcões | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 21/06 - DOMINGO - 15H 3 X 3 |
| 3º |  Avalanche | 6 | 3 | 3 | 0 | 0 | 1 | 21/06 - DOMINGO - 15H 3 X 6 |
| 4º |  Islanders | 6 | 3 | 3 | 0 | 1 | 0 | 04/07 - SÁBADO - 15H X |
| 5º |  Tatuís | 7 | 3 | 4 | 0 | 2 | 0 | 05/07 - DOMINGO - 15H X |
| 6º |  Sharks | 5 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 05/07 - DOMINGO - 15H X |
| 7º |  Piratas | 5 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | 12/07 - DOMINGO - 15H X |
| 8º |  Mamutes | 4 | 0 | 4 | 1 | 1 | 0 | 12/07 - DOMINGO - 15H X |

OBS: Piratas x Mamutes será escolhida uma data para término do jogo.

Figura 1: Tabela do Carioca Bowl 2015 – Fonte: Página do Facebook do Carioca Bowl (2015)

Há também o *Flag Football*, uma modalidade do Futebol Americano sem equipamentos de proteção e sem *tackles* (tática de derrubar o adversário no chão). Segundo Cavallari, Cardoso e Picoli (2015), com diversos campeonatos pelo Brasil e a competitividade cada vez maior, em 2015 o Brasil chegou a disputar a sua primeira copa do mundo de futebol americano, realizada em Ohio, nos EUA.

Um forte exemplo do aumento da popularidade do esporte no Brasil é a final da Superliga Centro-Sul, realizada em 2015, durante a qual 14 mil pessoas foram à Arena Pantanal, em Cuiabá no Mato Grosso, para assistir ao jogo, um público maior do que em todos os outros jogos do Campeonato Brasileiro de futebol desse ano, realizados neste estádio, tirando o clássico carioca de Flamengo x Vasco da Gama, segundo Vasconcellos (2015).

Considerando o aumento da popularidade do futebol americano no Brasil ao longo dos anos, este trabalho também busca entender como que os fãs do esporte conheceram o futebol americano e quais as razões que os levaram a apreciar este esporte, seja praticando ou assistindo.

1.2. Objetivo do estudo

O presente trabalho tem como principais objetivos identificar os fatores que facilitam e dificultam a ampliação da audiência do futebol americano na cidade

do Rio de Janeiro e identificar as razões que levaram ao crescente aumento dessa mesma audiência.

1.3.Objetivos intermediários do estudo

Para se atingir o objetivo final proposto, esse estudo prevê como objetivos intermediários a serem alcançados:

- Contribuir com que o autor possa ter informações sobre a possível futura profissionalização da modalidade no Brasil.
- Contribuir para o autor entender sobre uma potencial alavancagem maior dos times de Futebol Americano brasileiros com as organizações nacionais e estaduais para prospecção de patrocínios e investidores.

1.4.Delimitação e foco do estudo

Este estudo está delimitado em analisar apenas os considerados fãs do esporte, ou seja, aqueles que assistem ao menos alguns jogos da temporada regular, além da pós-temporada e o *Super Bowl*. São 17 semanas de transmissão dos jogos da temporada regular, sendo três dias da semana nos quais os jogos são transmitidos em canais televisivos. Portanto, o estudo considerará fã aquele que assiste ao menos a um jogo durante a semana. O estudo irá analisar o que levou o fã a gostar do futebol americano e se há opiniões diferentes sobre o futebol americano no Brasil e nos EUA.

Está delimitado também em analisar os atletas brasileiros ativos e aposentados da modalidade no país, levando em consideração suas opiniões sobre o crescimento do futebol americano no Brasil e seus motivos para começar a praticar o futebol americano.

Não foram levados em consideração nesse estudo os dados de transmissão da pré-temporada da NFL, os dados de transmissão da *NFL Draft* (dia de escolha dos jogadores universitários para os times da NFL), os dados de transmissão da NCAA e a quantidade de assinaturas do *NFL Game Pass* (assinatura online de transmissão de todos os jogos de todos os times da NFL).

1.5. Justificativa e relevância do estudo

É um estudo importante para o crescimento e profissionalização do esporte no Brasil, já que é apresentada uma correlação entre a popularidade da NFL no Brasil somada ao aumento dos praticantes do esporte.

Com o estudo, espera-se que os investidores e potenciais patrocinadores aportem mais recursos na prática da modalidade no Brasil, para que futuramente venha a ser um dos esportes mais praticados no país.

Academicamente, apresenta-se um caso de um produto (eventos, jogos e transmissões) que está cada vez mais inserido na cultura do brasileiro e que pode chegar a um nível profissional qualificado no país.

2 Revisão de literatura

2.1.O Consumidor Esportivo

De acordo com Pitts e Stotlar (2002), o consumidor esportivo pode ser alocado em três tipos de segmentos:

- Prática esportiva – oferecida ao consumidor como produto de participação e/ou entretenimento;
- Produtos esportivos – produtos e serviços, como equipamentos esportivos e serviços médicos, ofertados aos consumidores para a prática de esportes;
- Promoção esportiva – produtos e serviços que são ofertados para promover o esporte, incluindo eventos, brindes e patrocínios, por exemplo.

Em cada um desses segmentos, os motivadores para cada consumidor esportivo são distintos, o que não ocorre na maioria dos produtos ou serviços ofertados por outros setores. Pitts e Stotlar (2002) ainda destacam o vasto conjunto de produtos oferecidos na indústria do esporte, o que confirma o elevado nível de complexidade envolvido nas escolhas dos seus consumidores.

Prosseguindo com essa linha de raciocínio, Mullin, Hardy e Sutton (2004) explicam que “o consumidor esportivo apresenta-se mais suscetível às influências tanto ambientais como individuais”.

A figura 2 demonstra um esboço das influências no comportamento desse tipo de consumidor.

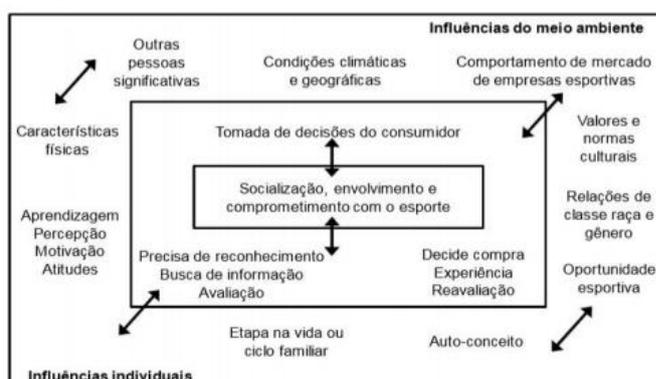


Figura 2: Influências no comportamento do consumidor esportivo -

Fonte: Mullin, Hardy e Sutton (2004)

Esse modelo enfatiza a importância das influências individuais, compostas por:

- Características físicas: podem impactar na escolha do esporte a ser praticado;
- Aprendizagem, motivação e atitudes: relacionadas ao fator afetivo, incluindo a preferência por equipe, esporte ou esportista;
- Etapa na vida: fator que pode interferir tanto no esporte a ser praticado como na escolha de produtos ou serviços esportivos.

Pode-se analisar que a escolha do futebol americano como esporte de preferência pode-se dar pela característica física ou pelo aspecto afetivo do consumidor, tendo pesos diferentes dependendo da característica individual de cada consumidor.

Na análise das influências ambientais, destacam-se alguns fatores que afetam o consumidor esportivo, como:

- Oportunidade esportiva: determinante para influenciar na preferência entre as diferentes modalidades esportivas;
- Influências sociais: ainda mais importante quando se consideram os esportes coletivos;
- Condições climáticas ou geográficas: que possibilitam ou impedem a prática de determinadas modalidades esportivas.

O fator ambiente pode ser decisivo para a escolha do esporte de preferência, pode-se determinar como dificuldade para a inserção do futebol americano no mercado brasileiro alguns fatores ambientais, como oportunidades esportivas e a popularidade comparada com outras modalidades.

De acordo com Rein, Kotler e Shields (2008), a crescente concorrência e esportes novos ou emergentes cooperam para fragmentar o mercado esportivo, dificultando a atuação das organizações do setor. Estes autores atribuem as seguintes características a esse mercado dinâmico:

- Ambiente altamente competitivo;
- Conflito entre o conceito de esporte como negócio e como competição;
- Surgimento de novas tecnologias;
- Interesses cada vez mais individuais dos consumidores;
- Falta de tempo dos consumidores.

Morgan e Summers (2008), afirmam que “os consumidores esportivos podem ser pesquisados, segmentados, perfilados e definidos como alvo, mas a essência do que querem pode ser um mistério! Isso ocorre porque o que desejam é a imprevisibilidade. Eles querem competição!”.

Essa característica transforma a compreensão do comportamento do consumidor esportivo em um grande desafio para os profissionais de marketing, pelo fato da imprevisibilidade afetar o planejamento em longo prazo. O marketing esportivo se adapta muito ao momento exato, pois muitos fatores externos podem influenciar a qualquer momento o comportamento do consumidor.

Em se tratando de perfil, Rein, Kotler e Shields (2008) atribuem os seguintes perfis aos consumidores esportivos, podendo ser conferida na tabela a seguir:

A tabela 1 demonstra o envolvimento de cada tipo de torcedor, de acordo com o nível de paixão.

| | |
|-----------------------|--|
| Fanáticos | Os mais persistentes e participantes, tendem a se identificar totalmente com o esporte, raramente faltam com seu apoio à equipe preferida, tanto pessoalmente como financeiramente |
| Conhecedores | Fãs que têm amplo acesso e intensa participação nos meandros do mundo dos eventos esportivos |
| Agregados | Torcedores que querem estar sempre junto das equipes e dos seus heróis e ter oportunidades continuadas de trocar saudações com eles, ou concretizar outra experiência de interação |
| Colecionadores | Fãs sempre dispostos a pagar bem por produtos que de alguma forma simbolizem o esporte preferido |
| Gastadores | Pessoas dispostas a investir grande soma pelo prazer do esporte |
| Curiosos | Normalmente se relacionam com o esporte por meio da mídia, inclusive para acompanhá-lo, sendo que raramente comparecem a algum evento esportivo |
| Indiferentes | Pessoas que não tem interesse em esporte |

Tabela 1: Escala do envolvimento dos torcedores - Fonte: adaptado de Rein, Kotler e Shields (2008)

Para cada esporte, o nível de paixão pode ser tabelado de forma distinta, como para o torcedor brasileiro de futebol americano, em que seus heróis estão distantes, a forma da idolatria por esses heróis pode ser de forma distinta da de um torcedor próximo à realidade de seu ídolo.

Segundo Funk, Mahony e Havitz (2003) pode-se destacar que “mesmo com alguns estudos analisando as características do consumidor esportivo, a literatura acadêmica de marketing ainda carece de pesquisas que envolvam exclusivamente o mercado esportivo, e que evitem utilizar as mesmas

abordagens de estudos já existentes sobre outros tipos de consumidores. Esse tipo de abordagem generalista pode atrapalhar o conhecimento mais aprofundado sobre o consumidor esportivo”.

A partir da contribuição desses autores é possível destacar o impacto na literatura acadêmica de marketing gerado pela ausência de estudos focados em um público alvo segmentado, ou seja, especificamente o de consumidores esportivos.

Adicionalmente e conseqüentemente também se faz necessário considerar que a falta de pesquisas, com abordagens customizadas e metodologias próprias, também voltadas primariamente ao mercado esportivo e que tenham como objeto esse nicho de consumidores, não facilitam a geração de conhecimento sobre o consumidor esportivo.

3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo

Este capítulo tem como objetivo informar o método de pesquisa usado e as diversas decisões a cerca da forma como este estudo foi realizado. É exposto o procedimento e instrumento de coleta de dados e a forma como foi feita a análise dos dados.

Está dividido em três seções que informam, respectivamente, sobre as etapas de coleta de dados do estudo realizado, sobre os processos e instrumentos de coleta de dados realizados em cada etapa, com respectivas justificativas e, por fim, sobre as possíveis repercussões que as decisões sobre como realizar o estudo impuseram aos resultados assim obtidos.

3.1.Etapas de coleta de dados

Este trabalho possui duas etapas de coleta de dados. A primeira etapa consistiu em uma pesquisa quantitativa que foi realizada através de uma amostra por conveniência, onde o foco era entender o perfil do fã do futebol americano e ao mesmo tempo analisar as diferenças do crescimento da popularidade do fã brasileiro entre o futebol americano do Brasil e dos Estados Unidos. Foi obtido o total de 92 respostas, porém, foram consideradas as respostas apenas de quem assistia futebol americano com regularidade, e assim foram analisadas 80 respostas.

A segunda foi composta por uma entrevista em profundidade com duas pessoas muito envolvidas no futebol americano no Brasil. O primeiro, Felipe Valle, é engenheiro de produção e pratica o esporte há 13 anos. Ele já foi arbitro oficial, diretor financeiro da AFAB (Associação de Futebol Americano do Brasil) e presidente da FEFARJ (Federação de Futebol Americano do Rio de Janeiro), o segundo, Gustavo Melito, é bancário e pratica o esporte há 15 anos. Ele é arbitro oficial da AFAB e já foi da diretoria da FEFARJ. Ele já foi técnico, coordenador e presidente de equipes de futebol americano.

Após a realização da pesquisa e das entrevistas, foi feita uma análise cruzada das informações coletadas para poder identificar o motivo da crescente

popularidade do futebol americano no Brasil, seja com transmissões televisivas dos campeonatos americanos ou do crescimento do esporte realizado no Brasil.

3.2.Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo

Na primeira etapa as informações foram colhidas por meio de questionário online, no qual foi encaminhado o link da pesquisa através de redes sociais, para grupos da faculdade, grupos do curso de Administração da PUC, grupos de fãs de futebol americano e grupos de jogadores brasileiros de futebol americano. Além de ser enviado também para amigos e familiares, sempre online, pelo link do questionário. O início do próprio questionário explicava do que a pesquisa consistia e mencionava claramente que o motivo da pesquisa era para questões acadêmicas.

Na segunda etapa foi realizada uma entrevista em profundidade com duas pessoas fortemente envolvidas na história do futebol americano no Brasil. As perguntas foram enviadas via link online para que respondessem, pois não havia disponibilidade de haver um encontro pessoal.

As perguntas da entrevista foram criadas a partir da pesquisa quantitativa, pois o motivo era aprofundar mais ainda as respostas coletadas dos fãs de futebol americano.

A escolha deste instrumento de coleta de informações foi feita por esse método, pois se buscou cruzar as informações coletadas para poder identificar melhor o motivo da crescente popularidade do futebol americano no Brasil, seja com as transmissões televisivas dos campeonatos americanos ou do crescimento do esporte realizado no Brasil.

3.3.Limitações do Estudo

Na primeira etapa antevê-se que algumas respostas poderiam não se encaixar para todos os respondentes, visto que alguns poderiam responder que não assistem a NFL ou o futebol americano em si, assim comprometendo as respostas seguintes. Para evitar esse problema, a pesquisa foi feita para conduzir o respondente conforme respondia, por exemplo, quem assiste NFL, mas não assiste futebol americano no Brasil respondeu algumas perguntas diferentes daqueles que assistem o futebol americano brasileiro.

Na segunda etapa, que consistiu na entrevista aprofundada com especialistas de futebol americano, poderia haver algumas tendenciosidades

pelo fato de terem participado da organização e crescimento do esporte no Brasil, fazendo com que opiniões próprias, brigas pessoais ou profissionais com outros envolvidos no esporte alterassem a forma de responder as perguntas.

Não foi feito algo para que isso fosse evitado, pois também se podia beneficiar dessas opiniões, além de poder comprometer a profundidade da entrevista, ao limitar as respostas dos entrevistados.

4 Apresentação e análise dos resultados

Este capítulo, organizado em quatro seções, apresenta e discute os principais resultados alcançados, analisa e discute suas implicações e produz sugestões sobre o estudo previamente selecionado.

A primeira seção apresenta e descreve a pesquisa quantitativa realizada com fãs de futebol americano. A seguir, trata-se do perfil do fã e analisa todas as respostas obtidas pelos fãs, já que os respondentes que declararam não assistir o esporte foram filtrados logo no início da pesquisa. A terceira seção apresenta e descreve a entrevista aprofundada com dois especialistas de futebol americano. Por fim, a quarta e última seção descreve e analisa as perguntas e respostas obtidas pelos entrevistados.

4.1. Perfil dos respondentes da pesquisa quantitativa

Foram obtidas 92 respostas entre fãs, simpatizantes e não fãs do futebol americano através de um questionário *online*. As respostas dos que não são fãs ficaram separadas após a primeira etapa da pesquisa, pois as respostas não eram cabíveis ao resto da pesquisa, já que se tratava de perguntas sobre futebol americano no Brasil e nos Estados Unidos. A distribuição entre fãs e não fãs, respectivamente, foi de 87 (oitenta e sete por cento) para 13 (treze por cento) respondentes, como pode ser conferida no gráfico da Figura 3.

Você assiste ou já assistiu Futebol Americano? (92 respostas)

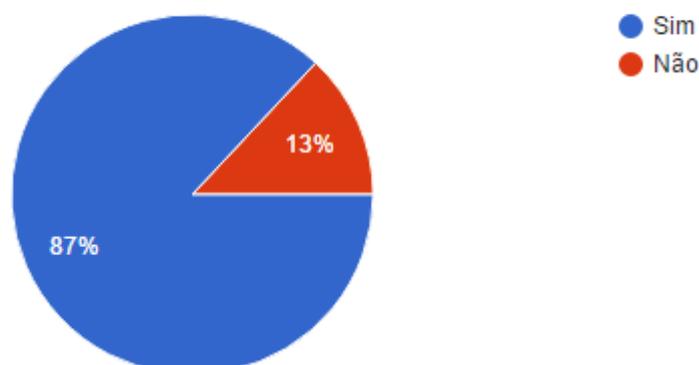


Figura 3: Você assiste ou já assistiu futebol americano?

4.1.1. Perfil dos fãs do futebol americano

A primeira pergunta do instrumento aplicado versou sobre o gênero dos respondentes. Entre os 92 respondentes, 68 foram homens (quase setenta e quatro por cento) e 24 foram mulheres (um pouco mais de vinte e seis por cento), conforme a Tabela 2.

| | Número de respondentes | Percentual de respondentes |
|-----------|------------------------|----------------------------|
| Masculino | 68 | 73,9% |
| Feminino | 24 | 26,1% |

Tabela 2: Gênero dos respondentes

Sabendo de que a pesquisa se tratava do futebol americano, acredita-se que as maiorias das mulheres que receberam o questionário ignoraram, por não se interessarem. Isso pode explicar quase o triplo das respostas ser dos homens. Outro fator para a diferença do gênero se deve ao fato do questionário ter sido encaminhado para algumas equipes masculinas de futebol americano.

A segunda pergunta buscou conhecer a faixa etária dos respondentes. No universo dos 92 respondentes, 65 deles possuem idade entre 19 a 25 anos (quase setenta e um por cento); 21 encontram-se na faixa etária entre 26 e 35 anos (quase vinte e três por cento) e o restante dos respondentes ou tem acima de 36 anos, ou mais do que 50 anos e também menos do que 18 anos. Estas três últimas faixas etárias representam percentuais menores, conforme a figura 4

Idade (92 respostas)

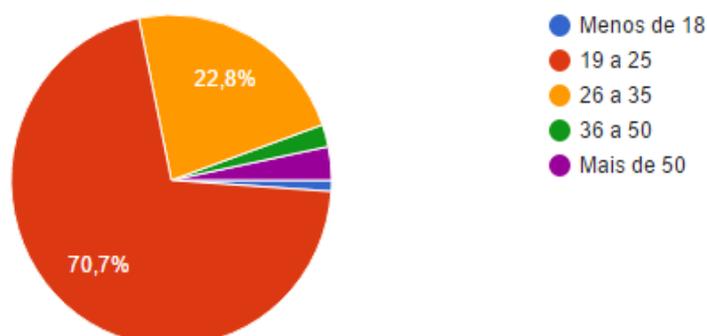


Figura 4: Faixa etária dos respondentes

As distribuições etárias mostram que a maioria dos respondentes está incluída na faixa etária de 19 a 25 anos e assim parece apontar que o universo atingido,

por questão de conveniência, era o de jovens estudantes, como se observa na figura 5.

O grau de escolaridade era a terceira pergunta da pesquisa. Entre as 92 respostas obtidas, 51 respondentes (um pouco mais de cinquenta e cinco por cento entre todos) possuem ensino superior incompleto; seguidos de 30 pessoas (um pouco mais de 32,5%) com ensino superior completo; oito respondentes (quase nove por cento) declararam ter ensino médio completo e os demais contabilizaram percentuais menores ao redor de ensino médio incompleto e ensino fundamental completo. O acesso a mais informações auxilia para o descobrimento de novos esportes, tanto que a maioria das pessoas interessadas em responder o questionário cursou ou completou o ensino superior.

Grau de Escolaridade (92 respostas)

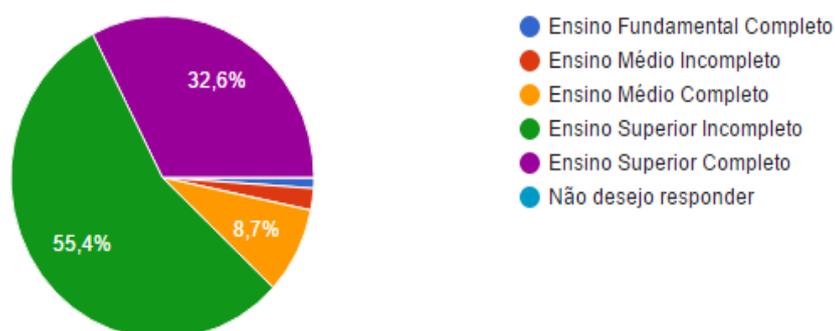


Figura 5: Grau de escolaridade dos respondentes

A quarta pergunta do instrumento aplicado, foi a pergunta que filtrou os respondentes entre os que assistem ou já assistiram Futebol Americano, dito no começo deste capítulo, visto na figura 3.

Essa pergunta serviu para filtrar os respondentes, para termos apenas respostas do público que já assistiu futebol americano, assim garantindo uma maior qualidade e sinceridade nas respostas da pesquisa.

4.1.2.O fã da NFL

A quinta pergunta visou averiguar se os respondentes assistem ou acompanham a NFL. Entre o universo das 80 respostas, a maioria de 57 pessoas (pouco acima de setenta e um por cento) respondeu que assistem a mesma, seguidos de 23 respondentes (quase vinte e nove por cento) que atestaram não assistirem atualmente, mas que já assistiram, como pode ser visto na figura 6:

Tais informações mostrando que a maioria dos respondentes acompanha a National Football League parecem confirmar que a NFL é a principal

competição assistida pelos fãs do futebol americano, mostrando ser a liga de referência do esporte.

Você assiste ou acompanha a NFL (National Football League)?

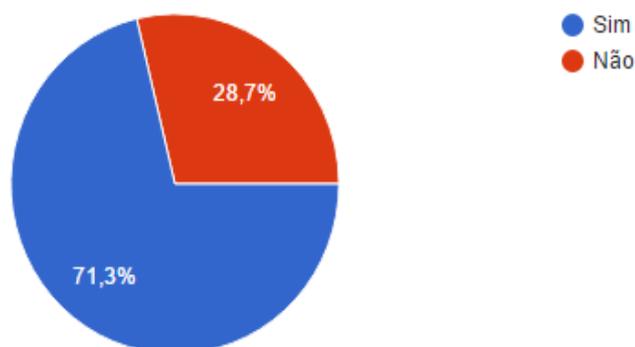


Figura 6: Respondentes que atualmente assistem a NFL

A sexta pergunta, por sua vez, procurou averiguar quais são os dias da semana que os respondentes normalmente costumam assistir a NFL. Entre as 57 respostas obtidas, a prevalência dos respondentes é por domingo, seguido de segunda-feira e por fim a quinta-feira, conforme a figura 7.

Qual(is) dia(s) da semana você normalmente assiste a NFL? (57 respostas)

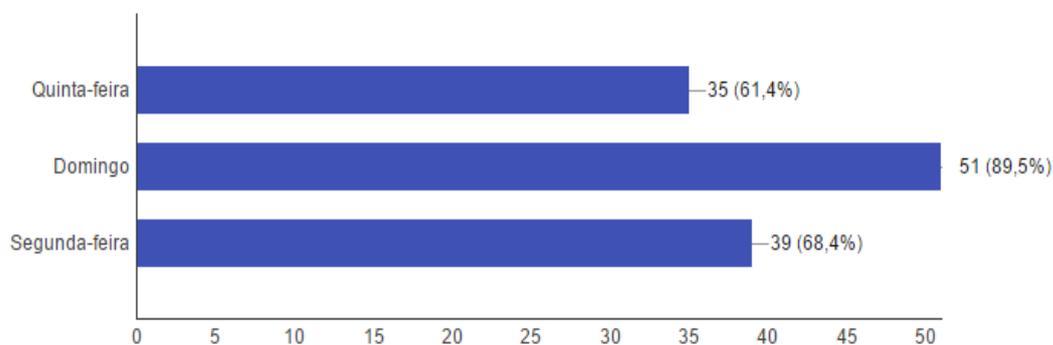


Figura 7: Dia da semana em que os respondentes assistem a NFL

A preferência pelo dia de domingo indica não só o dia que preferem assistir aos jogos, mas também o horário, pois na quinta-feira e segunda-feira, passam apenas um jogo por dia, no horário da noite. Já no domingo, passam normalmente três jogos, durante a tarde toda, sendo o último no horário da noite. A preferência por assistir no fim de semana também se dá pelo fato de disponibilidade, já que fim de semana normalmente há mais tempo livre.

A sétima pergunta referiu-se em averiguar o quantitativo de jogos da NFL que os respondentes assistem semanalmente. A maioria dos respondentes entre as 57 respostas obtidas, ou seja, 26 pessoas (mais que quarenta e cinco por cento) confirmaram assistir entre um ou dois jogos semanais; seguidos por 19 pessoas (pouco mais que trinta e três por cento) que assistem de três a quatro jogos; nove respondentes (quase dezesseis por cento) que assistem a cinco ou mais jogos e três pessoas (pouco mais que cinco por cento) que não assistem jogos da NFL semanalmente, conforme a Figura 8.

Quantos jogos da NFL você assiste por semana (rodada)? (57 respostas)

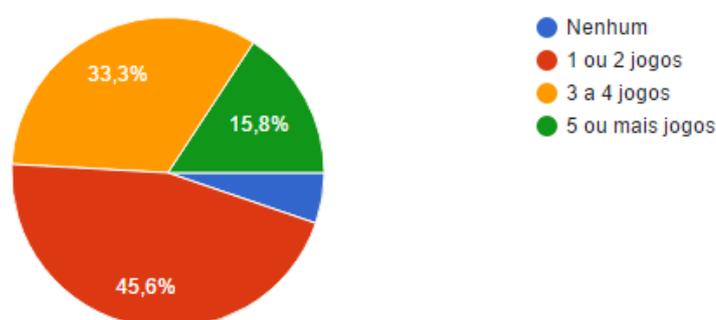


Figura 8: Quantitativo de jogos da NFL que os respondentes assistem durante a semana

Tais informações apontando que a maioria (setenta e nove por cento) dos respondentes assiste semanalmente de um a quatro jogos da NFL parecem indicar que os fãs realmente se dispõem assistirem os jogos, até pelo devido fato do tempo de duração de um jogo (em média de pouco mais de três horas por jogo). Ou seja, a NFL faz parte de uma grande parte do tempo livre dos respondentes, fãs de futebol americano e telespectadores da principal liga americana.

A oitava pergunta, por sua vez, pretendeu conhecer quais as plataformas que os respondentes utilizam para assistirem semanalmente os jogos da NFL. No universo de 57 respostas, a maioria dos respondentes atestou utilizar o canal de TV ESPN (54 pessoas, ou seja, quase noventa e cinco por cento); seguidos por 12 pessoas (pouco mais que vinte e um por cento) que assistem através de site piratas na internet; ainda o mesmo número empatado de respondentes (oito pessoas, representando quatorze por cento) confirmou que assistem igualmente através do Watch ESPN e Esporte Interativo e por fim cinco respondentes (quase nove por cento) assistem através da NFL Gamepass, conforme a figura 9.

Por qual(is) plataforma(s) você costuma assistir os jogos da NFL? (57 respostas)

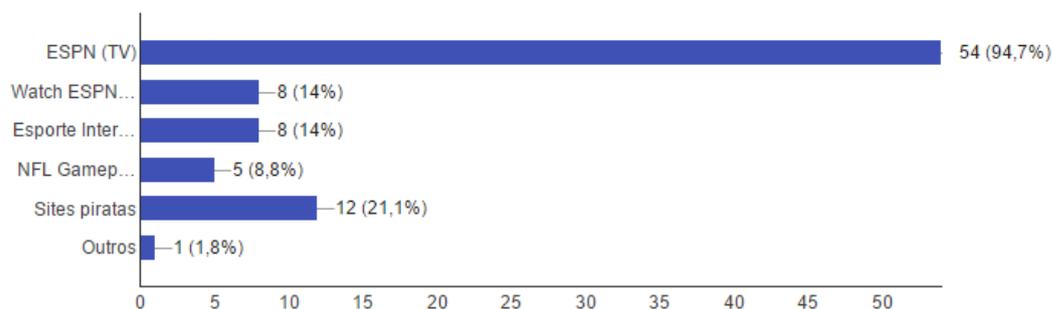


Figura 9: Plataformas utilizadas pelos respondentes para assistirem semanalmente os jogos da NFL

Tais informações indicando que a maioria dos respondentes assistem semanalmente aos jogos da NFL do canal televisivo ESPN TV, parecem apontar que os fãs do futebol americano tem uma preferência nítida pela transmissão da emissora ESPN. Tal preferência pode ser pelos narradores, pela informação trazida nos jogos ou pela popularidade geral do canal. O fato de 12 respondentes declararem assistir em sites piratas mostra o fanatismo, já que a ESPN no Brasil só mostra um jogo por vez, na maioria das vezes não passam o jogo do time preferido na televisão e acabam optando por outros recursos, como site piratas e também o NFL *Gamepass*, o *pay per view* da liga.

A nona pergunta do instrumento aplicado objetivou conhecer para quais times da NFL os respondentes torcem. Observou-se que entre as 57 respostas, a maioria dos respondentes, ou seja, oito pessoas (quatorze por cento) são torcedores do time Green Bay Packers; seguidos por sete respondentes que declararam não torcer por nenhum time e sim preferir um jogo de alto nível técnico. Em terceiro lugar, aparecem seis respondentes (pouco mais que dez por cento) que são torcedores do time New England Patriots. O restante dos respondentes contabilizaram percentuais menores, conforme a tabela 3.

Tais achados apontando que a maioria dos respondentes são torcedores do time Green Bay Packers, seguidos por outro grupo respondente expressivo que atestou não torcer por nenhum time específico e sim desejar jogos de alto nível técnico, parecem indicar que há certa paixão pelo esporte ao escolher um time, podendo ser pelo histórico vencedor, pela cidade do time, por algum jogador em específico ou apenas pelo nome ou mascote do time. Como são muitos times, o fato de o segundo mais respondido ser de fãs declarando não ter nenhum time não indica que é a escolha mais popular, e sim, que quase noventa por cento dos respondentes tem preferência por algum time.

Tabela 3: Times da NFL pelos quais os respondentes torcem

| Times da NFL | Número de respondentes | Percentual de respondentes |
|---|------------------------|----------------------------|
| Green Bay Packers | 8 | 14% |
| Não torço por nenhum time, apenas por um jogador! | 7 | 12,30% |
| New England Patriots | 6 | 10,50% |
| Seattle Seahawks | 4 | 7% |
| Baltimore Ravens | 4 | 7% |
| Denver Broncos | 4 | 7% |
| Pittsburgh Steelers | 3 | 5,30% |
| Indianapolis Colts | 3 | 5,30% |
| Atlanta Falcons | 2 | 3% |
| New Orleans Saints | 2 | 3% |
| Tampa Bay Buccaneers | 2 | 3% |
| San Francisco 49ers | 2 | 3% |
| Philadelphia Eagles | 2 | 3% |
| Washington Redskins | 1 | 1,80% |
| New York Giants | 1 | 1,80% |
| Dallas Cowboys | 1 | 1,80% |
| San Diego Chargers | 1 | 1,80% |
| Tennessee Titans | 1 | 1,80% |
| New York Jets | 1 | 1,80% |
| Miami Dolphins | 1 | 1,80% |
| Houston Texans | 1 | 1,80% |

A décima pergunta buscou averiguar se os respondentes compreendem as regras do jogo.

Você entende as regras do jogo? (57 respostas)



Figura 10: Nível de compreensão dos respondentes sobre as regras do jogo

Entre as 57 respostas obtidas se nota que a grande maioria dos respondentes possui um alto nível de compreensão sobre as regras do jogo, ou seja, 24 (pouco mais que quarenta e dois por cento) pessoas atestaram que

entendem muitas regras; seguidos de 23 pessoas (pouco mais que quarenta por cento) que compreendem totalmente as regras. Somente um respondente desconhece totalmente as regras, conforme a figura 10.

Tais informações indicando que 82,5% dos respondentes possuem quase total clareza sobre as regras do jogo, parecem apontar para dois fatos, ou que o fã gosta de assistir ao esporte porque entende sobre um jogo complicado ou que entende do jogo pelo fato de estar assistindo rotineiramente.

4.1.3.O futebol americano no Brasil

A décima-primeira pergunta do instrumento aplicado buscou saber se os respondentes assistem ou acompanham alguma outra liga ou campeonato, além da NFL. Dentro do quantitativo de 57 respostas obtidas, 23 pessoas (40,4 por cento) atestaram assistir o campeonato Carioca Bowl (campeonato estadual de futebol americano de praia); seguidos de 21 respondentes (36,8 por cento) que declaram assistir a NCAA College Football; outras 20 pessoas (35,1 por cento) que somente assistem a NFL e não acompanham outras ligas ou campeonatos; 17 pessoas (29,8 por cento) que acompanham a Superliga Nacional (campeonato brasileiro de futebol americano); e finalmente somente um respondente (1,8 por cento) confirmou que assiste a CFL (Canadian Football League), conforme a figura 11.

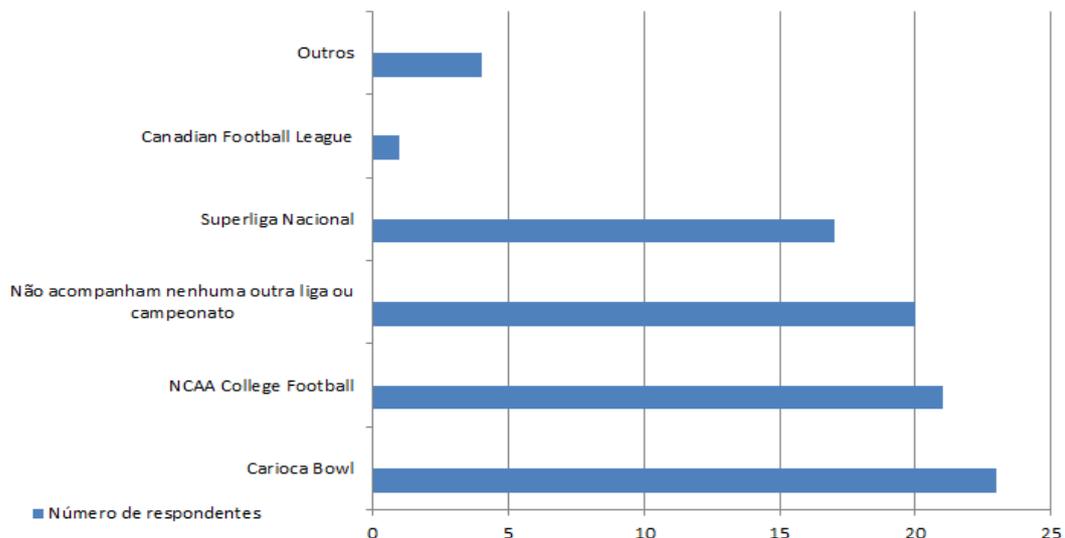


Figura 11: Ligas ou campeonatos assistidos, além da NFL

Tais informações apontando que o número expressivo de pessoas que assistem o Carioca Bowl e a Superliga Nacional, parecem indicar que há um equilíbrio entre fãs do futebol americano dos Estados Unidos e do Brasil, pois o número de pessoas que declaram assistir a NCAA College Football e os que

assistem apenas a NFL é semelhante aos que declararam assistir os campeonatos do Brasil. O fato do Carioca Bowl ter se destacado pode ser pelo fato de a pesquisa ter sido repassada para jogadores que atuam nesse campeonato, ou pelo motivo de ser um campeonato local, onde todos os jogos são realizados dentro da cidade do Rio de Janeiro (pois os respondentes em maioria são do Rio de Janeiro).

A décima-segunda pergunta buscou conhecer a opinião dos respondentes sobre o crescimento do futebol americano no país. Entre o universo das 80 respostas obtidas, 65 pessoas (pouco mais que oitenta e um por cento) atestaram acreditar; 13 respondentes (pouco mais que dezesseis por cento) não acreditam que o esporte crescerá no Brasil e apenas dois respondentes (dois e meio por cento) declararam que talvez ocorra crescimento, conforme a figura 12.

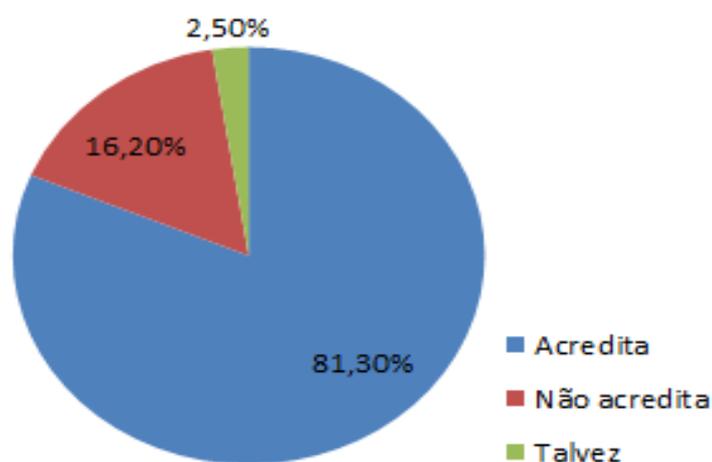


Figura 12: Crescimento do futebol americano no Brasil

Tais informações apontando que a expressiva maioria dos respondentes acredita no crescimento do futebol americano no Brasil parecem indicar que a experiência vivida desses respondentes conduziu para a crença do crescimento do esporte. O que vivenciaram, seja negativo ou positivo, indicou-lhes que há um espaço para potencial crescimento. Fatos externos podem influenciar, como outros esportes que cresceram, ou o futebol, esporte absolutamente dominante no Brasil, deixou de crescer e assim abriu espaço para novas modalidades. A tecnologia avançada pode ajudar na percepção do fã ao ver cada vez mais transmissões das ligas americanas, levando a crer no crescimento do esporte.

A décima-terceira pergunta do instrumento aplicado procurou perceber se os respondentes tem conhecimento de que em 2015 o Brasil teve sua primeira aparição na Copa do Mundo de Futebol Americano, realizado em Ohio, EUA.

Entre o universo de 80 respostas obtidas, 43 pessoas (quase cinquenta e quatro por cento) declararam não estarem cientes do fato; seguidos de outros 37 respondentes (pouco mais de quarenta e seis por cento) que tinham esse conhecimento, conforme a figura 13.

Você sabia que em 2015 o Brasil teve sua primeira aparição na Copa do Mundo de Futebol Americano, realizado em Ohio, EUA?

(80 respostas)

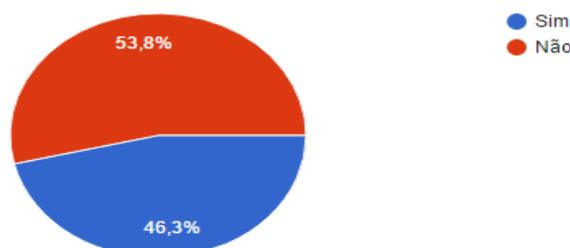


Figura 13: Primeira aparição do Brasil na Copa do Mundo de Futebol Americano 2015

Tais informações indicando que um pouco mais que a metade dos respondentes desconhecem que o Brasil teve a sua primeira aparição na Copa do Mundo de Futebol Americano em 2015, parece apontar que ainda é de pouco conhecimento o feito dos atletas de futebol americano no Brasil.

A décima-quarta pergunta visou averiguar se os respondentes já assistiram a algum jogo de futebol americano no Brasil. Entre as 80 respostas obtidas, 43 pessoas (quase cinquenta e quatro por cento) declararam nunca ter assistido; seguidos de 37 respondentes (pouco mais de quarenta e seis por cento) que já tinham assistido, conforme a figura 14.

Você já assistiu algum jogo de futebol americano no Brasil? (80 respostas)

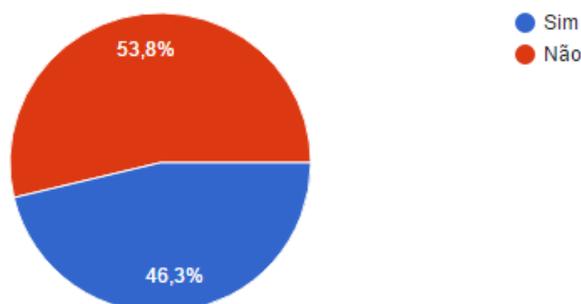


Figura 14: Assistiu algum jogo de futebol americano no Brasil

O fato de que o número de pessoas que declararam nunca terem assistido um jogo de futebol americano no Brasil ser igual ao número de pessoas que declararam não saber sobre a participação do Brasil na Copa do Mundo da

pergunta anterior, parece indicar que quem já assistiu a um jogo de futebol americano no Brasil tinha mais acesso a informações ou interesse em saber sobre as realizações esportivas dos atletas brasileiros.

As quatro seguintes perguntas foram formuladas apenas para quem respondeu que já haviam visto um jogo de futebol americano no Brasil.

A décima-quinta pergunta, por sua vez, correlacionada com a pergunta anterior, procurou conhecer se os respondentes sabem em quais campeonatos se inserem os jogos assistidos e era aberta para escolher quantas opções que o fã quisesse. Entre as 37 respostas obtidas, 31 pessoas (quase oitenta e quatro por cento) atestaram que o jogo assistido pertence ao campeonato Carioca Bowl; seguidos de 21 respondentes (quase cinquenta e sete por cento) que confirmaram o jogo fazer parte do Torneio Touchdown (campeonato nacional de futebol americano extinto em 2015); outras 19 pessoas (quase cinquenta e um e meio por cento) que responderam o jogo estar inserido na Superliga Nacional; e finalmente dois respondentes (quase cinco e meio por cento) não souberam identificar o campeonato, conforme a figura 15.

Qual(is) campeonato(s)? (37 respostas)

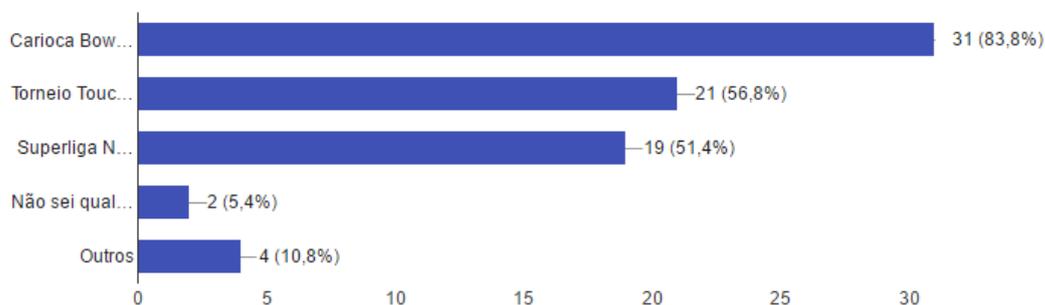


Figura 15: Campeonatos dos jogos assistidos

Tais informações indicando que a maioria dos jogos assistidos estão inseridos no campeonato Carioca Bowl, parece apontar novamente que o campeonato local, com todos os jogos realizados na cidade do Rio de Janeiro, é mais visível aos respondentes, podendo ser pelo fato de a pesquisa ter sido repassada para alguns atletas que participam deste campeonato ou pelo simples fato de ser da mesma cidade, facilitando o acesso ao local de jogo, assim aumentando as possibilidades de se assistir.

A décima-sexta pergunta do instrumento aplicado, objetivou entender se os respondentes torcem ou acompanham seu time de coração também no futebol americano, dado que na Superliga Nacional (principal campeonato brasileiro de

futebol americano) existem muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol. No universo de 37 respostas obtidas, 22 pessoas (cinquenta e nove e meio por cento) atestaram não torcer pelo seu time de coração no futebol americano e foram seguidos por 15 respondentes (pouco mais de quarenta por cento) que confirmaram o contrário, ou seja, torcem pelo seu time de coração também no futebol americano, conforme a figura 16

O dado de que quase 60% dos respondentes não torcem pelo seu time de coração no futebol americano, parece indicar que ainda não está interligado o time de futebol americano com o do futebol tradicional para a maioria dos respondentes. Alguns fatores que podem indicar esse fato é que os clubes não ajudam financeiramente com a equipe de futebol americano, apenas cedem o nome e escudo para os uniformes. Outro fator pode ser que os atletas (ainda amadores) são amigos, conhecidos ou familiares dos respondentes (alguns atletas responderam a pesquisa também), assim fortalecendo o apoio a esse atleta, independente do time que atua, deixando acima da escolha do time de coração.

Na Superliga Nacional (principal campeonato brasileiro de futebol americano) temos muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol. Você torce ou acompanha seu time de coração também no futebol americano?

(37 respostas)

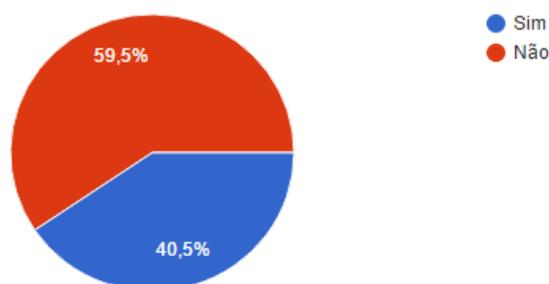


Figura 16: Torce pelo time de coração no futebol americano

A décima-sétima pergunta, de caráter aberto, buscou averiguar a percepção dos respondentes sobre o jogo assistido.

Entre as 37 respostas obtidas, vale destacar as seguintes:

“Muito bom! Está em nossa realidade, e vale muito a pena pra quem gosta do esporte em si.”

“Muito bom para um esporte que ainda está se desenvolvendo no país.”

“Nível aumentando gradativamente, times mais equilibrados.”

“Os atletas se esforçam como profissionais, porém, sem infraestrutura e apoio que corresponda a essa dedicação, é difícil progredir.”

“Achei muito bem organizado e de acordo com as regras do esporte praticado popularmente nos EUA.”

“Achei de fraco nível técnico, mas, vejo o nível crescendo ao decorrer dos anos que acompanho.”

“Fraco se comparado aos altos níveis apresentados pelas ligas americanas, porém, muito surpreendente se levarmos em consideração a popularidade e o pouco desenvolvimento desse esporte no Brasil.”

“Achei de fraco nível técnico, mas vejo o nível crescendo ao decorrer dos anos que acompanho.”

“O nível ainda é baixo, mas, sem investimento já faz muito.”

De acordo com as respostas obtidas, é possível indicar que, em geral, o jogo era do nível esperado pelos respondentes, que estão cientes do baixo nível técnico, devido ao esporte ser relativamente novo no Brasil e pelo fato de ainda ser amador.

A décima-oitava pergunta procurou saber se os respondentes assistiriam novamente aos jogos. Entre o universo de 37 respostas obtidas, 34 respondentes (quase noventa e dois por cento) confirmaram que assistiriam novamente e foram seguidos por apenas três pessoas (pouco mais que oito por cento) que atestaram ao contrário, ou seja, não assistiriam aos jogos novamente, conforme a figura 17.

Assistiria de novo? (37 respostas)

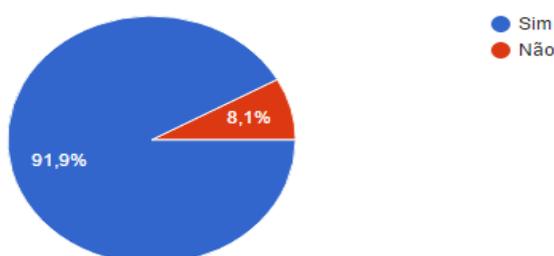


Figura 17: Assistiria novamente

Tais informações apontando que a maioria dos respondentes assistiria novamente aos jogos parecem indicar que o nível de entretenimento foi satisfatório para os fãs do futebol americano, normalmente acostumando com a NFL, e também pode indicar que o nível esperado já era baixo, portanto não decepcionou os fãs do esporte.

A décima-nona pergunta do instrumento aplicado, visou entender se os respondentes, munidos da informação de que na Superliga Nacional existem muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol, assistiriam, ou não, á um jogo do clube pelo qual torcem. Essa pergunta foi feita apenas para quem respondeu que nunca havia visto um jogo de futebol americano no Brasil. Entre as 43 respostas obtidas, 20 respondentes (quarenta e seis e meio por cento) confirmaram que assistiriam; seguidos de outras 19 pessoas (pouco mais de quarenta e quatro por cento) que talvez assistissem (dependendo de condições como local, preço e horário) e finalmente quatro respondentes (pouco mais de nove por cento) atestaram que não assistiriam, conforme a figura 18.

Na Superliga Nacional (principal campeonato brasileiro de futebol americano) temos muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol. Sabendo dessa informação, você assistiria um jogo do clube que você torce?
(43 respostas)

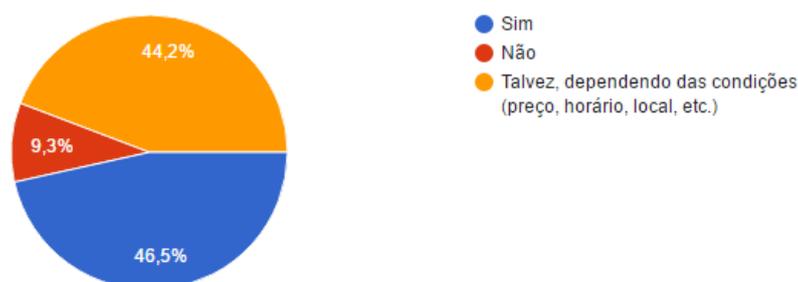


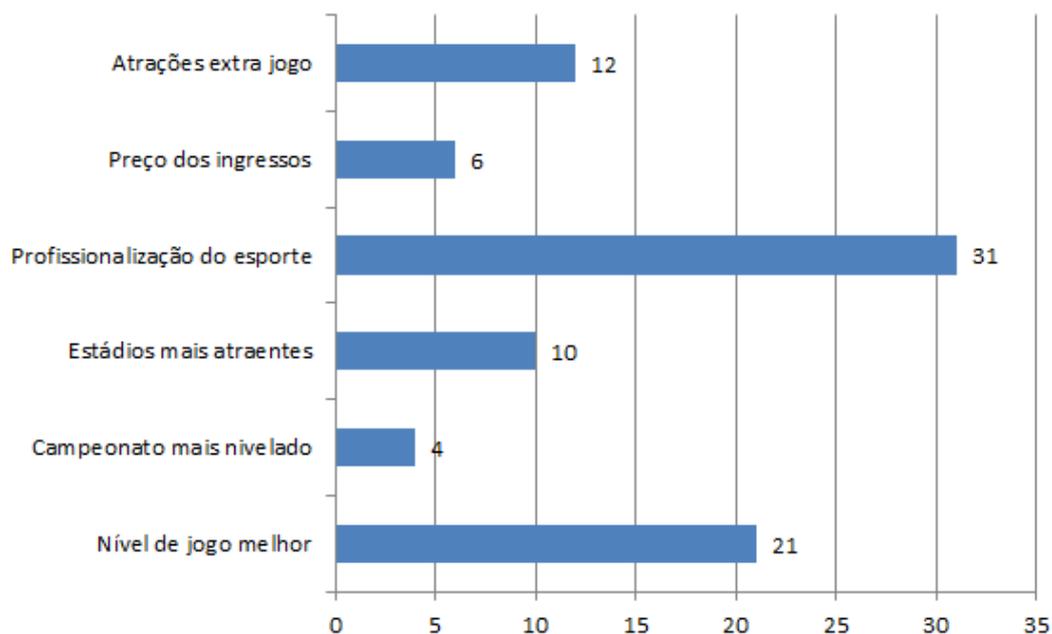
Figura 18: Assistiriam a um jogo do clube pelo qual torcem na Superliga Nacional

Tais informações indicando que praticamente todos os respondentes possivelmente assistiriam a um jogo do clube pelo qual torcem na Superliga Nacional parecem apontar que existe a curiosidade de saber como joga o time do coração do respondente, provavelmente por juntar dois fatores: o time que o fã está habituado a torcer e um esporte, relativamente novo, ao alcance.

A vigésima pergunta buscou conhecer a opinião dos respondentes sobre o que falta para que os jogos dos times afiliados a clubes populares tenham mais público. Essa pergunta foi feita apenas para quem respondeu, na pergunta anterior, que assistiria ou talvez assistiria a um jogo de futebol americano no Brasil e era aberto para escolher quantas opções que quisesse. A partir das 39 respostas obtidas, nota-se que 31 pessoas (setenta e nove e meio por cento) atestaram a falta da profissionalização do esporte; seguidos de 21 respondentes (quase cinquenta e quatro por cento) que declaram faltar um melhor nível de jogo; outras 12 pessoas (quase trinta e um por cento) atribuíram a falta de atrações além do jogo em si; 10 respondentes (pouco mais de vinte e cinco e meio por cento) sentem falta de estádios mais atraentes; outras seis pessoas

(quase quinze e meio por cento) declararam ser o preço dos ingressos; e finalmente quatro respondentes (quase dez e meio por cento) sentem a falta de jogos mais nivelados, conforme a figura 19.

Figura 19: O que falta para que os jogos dos times afiliados a clubes populares tenham mais público



Tais informações indicando a falta de profissionalização do esporte e nível de jogo melhor como os motivos majoritários para que os jogos dos times afiliados a clubes populares tenham mais público parecem apontar que o baixo nível técnico é um dos principais fatores que o fã do futebol americano acredita ser a razão de baixa popularidade e presença em estádios.

4.1.4. Motivos de o fã gostar do futebol americano

A vigésima-primeira pergunta do instrumento aplicado visou averiguar entre os respondentes suas principais razões de gostarem e assistirem o futebol americano, com a opção de escolherem respostas múltiplas. Essa pergunta era aberta para o respondente escolher quantas opções que desejava. No universo de 80 respostas obtidas, os motivos mais mencionados foram os seguintes:

“O evento em geral.”

“O nível do jogo.”

“A estratégia do jogo.”

“As narrações “engraçadas” da ESPN.”

“A intensidade do jogo.”

“Gosto de aprender sobre novos esportes.”

“Os times da NFL.”

Em seguida, os motivos indicados com percentuais menores englobaram os próximos:

“As narrações de televisão pelo lado informativo.”

“Amo esporte e vejo qualquer um que apareça na televisão.”

“Pela curiosidade.”

“Por ser dos Estados Unidos.”

“Os times afiliados aos clubes brasileiros.”

“Gostaria de jogar.”

Tais informações apontando as respostas mais escolhidas parecem indicar que a NFL é, novamente, a maior razão para gostarem e assistirem o futebol americano, ou pelo alto nível ou pelas narrações dos comentaristas da ESPN. As opções mais escolhidas parecem indicar que o esporte em si é o que mais atrai o fã do esporte, seja pela intensidade ou pela inteligência do jogo.

As opções menos escolhidas parecem indicar que não é qualquer esporte que chama a atenção dos respondentes, ou pelo simples fato de ser dos Estados Unidos, existem outros fatores mais condizentes que indicam ser o motivo de gostarem tanto do esporte.

4.1.5. Praticando o futebol americano

A vigésima-segunda pergunta, por sua vez, procurou conhecer se os respondentes já praticaram futebol americano. Entre as 80 respostas obtidas, 37 respondentes (pouco mais de quarenta e seis por cento) confirmaram que já praticaram futebol americano no Brasil; seguidos de outras 21 pessoas (pouco mais de vinte e seis por cento) que atestaram não praticarem o esporte, porém tem curiosidade; 18 respondentes (vinte e dois e meio por cento) disseram não praticar e também não possuir interesse e finalmente quatro respondentes (cinco por cento) responderam que já praticaram o esporte nos Estados Unidos, conforme a figura 20.

Tais informações indicando que um pouco mais da metade dos respondentes já praticaram futebol americano parece apontar que existe uma divisão bem equilibrada no universo dessa pesquisa, entre jogadores e simples fãs do esporte, deixando as respostas anteriores da pesquisa com uma indicação de equilíbrio de respostas positivas ou negativas em relação ao esporte, já que não há uma predominância muito maior de jogadores de futebol

americano respondendo a pesquisa, além do fato de que algumas das pessoas que responderam que já praticaram podem ter apenas jogado uma ou outra vez, por curiosidade ou de brincadeira.

Você já praticou futebol americano? (80 respostas)

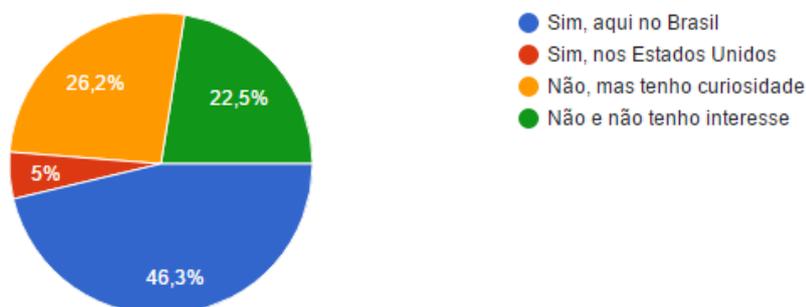


Figura 20: Já praticou futebol americano

A vigésima-terceira pergunta do instrumento aplicado versou em saber se os respondentes ainda jogam futebol americano e por quanto tempo. No universo das 41 respostas obtidas dos fãs que responderam já terem praticado o futebol americano, 14 pessoas (pouco mais de trinta e quatro por cento) atestaram jogar a mais que cinco anos; seguidos de nove respondentes (vinte e dois por cento) que jogam a mais de dois anos; outras oito pessoas (dezenove e meio por cento) que jogaram uma única vez; cinco pessoas (pouco mais de doze por cento) que jogam a menos de um ano; quatro respondentes (quase nove por cento) que jogam a menos de um mês; e finalmente somente um respondente (quase dois e meio por cento) confirmou que jogou até dois anos no máximo, conforme a figura 21.

Você joga ou jogou por quanto tempo? (41 respostas)

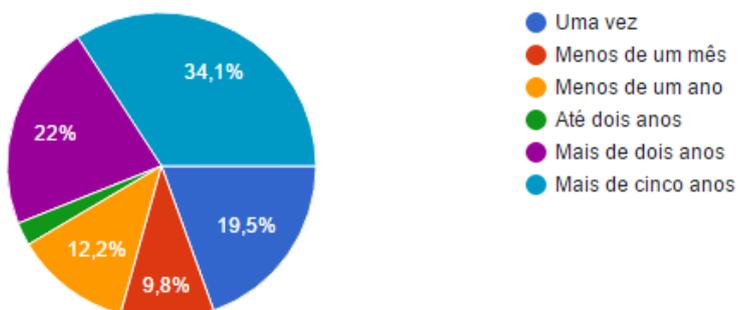


Figura 21: Joga futebol americano ou jogou por quanto tempo

Tais informações apontando que mais da metade dos respondentes joga por mais de dois anos parece indicar que há certo comprometimento com o

esporte, pois eliminando a resposta de oito pessoas que atestaram jogar apenas uma vez, pode ser que os que responderam jogar menos de um mês ou ano ainda estejam em atividade, indicando o possível crescimento de praticantes recentes do esporte.

A vigésima-quarta pergunta objetivou averiguar se os respondentes jogaram em algum time, campeonato ou apenas por diversão. Entre as 41 respostas obtidas se nota que 16 pessoas (trinta e nove por cento) atestaram ter jogado em mais do que um time; seguidos de 13 respondentes (quase trinta e dois por cento) que jogaram por brincadeira e não no âmbito de um time específico; outras 11 pessoas (quase vinte e sete por cento) que jogaram em um time; e finalmente somente um respondente (quase dois e meio por cento) respondeu ter jogado em uma “pelada”, conforme a figura 22.

Algum time ou campeonato? (41 respostas)

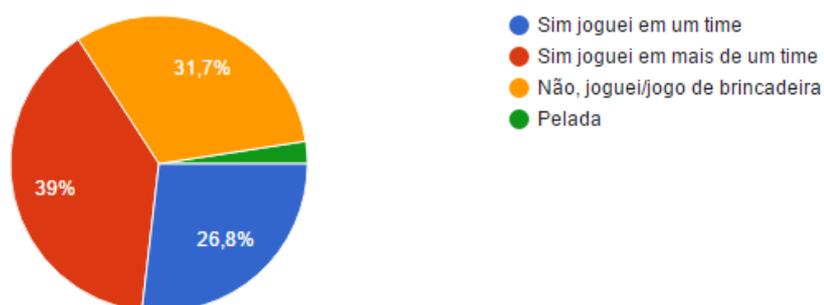


Figura 22: Joga em algum time ou campeonato

Tais informações indicando que mais que a metade dos que praticaram futebol americano respondeu que jogam ou jogaram em um time ou mais parece apontar que os que jogam mais de dois, pela pergunta anterior, acabam por jogar em um ou mais times, podendo indicar ou falta de estabilidade de um time se manter por muitos anos ou também por jogar em campeonatos diferentes (por exemplo, jogar o Carioca Bowl por um time e a Superliga por outro). A quantidade grande de pessoas que responderam que jogaram ou que jogam apenas de brincadeira foi surpreendente visto a ainda baixa popularidade do esporte.

A última pergunta do instrumento aplicado, por sua vez, intencionou conhecer os motivos pelos quais os respondentes que alegaram ter curiosidade em praticar, mas nunca praticaram.

Os motivos previamente apontados foram: “Não sei onde posso praticar”; “Acredito não ter o físico ideal para o esporte”; “Tenho medo de me lesionar”; “Não entendo as regras” e “Não tenho tempo para a prática”. O modelo para

responder essas perguntas era de numerar de 1 a 5 (sendo 1 que menos concorda e 5 que mais concorda) se concordava com o motivo de não ter praticado ainda o esporte.

Uma das respostas em que mais concordaram foi de “Tenho medo de me lesionar”, conforme a figura 23.

Tenho medo de me lesionar (21 respostas)

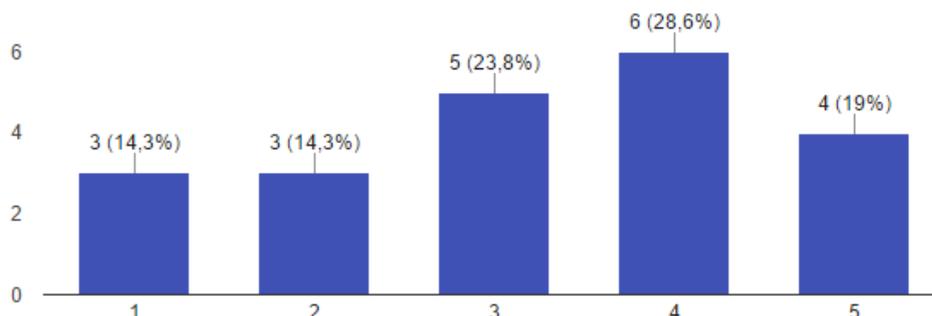


Figura 23: Maior motivo de não ter praticado o futebol americano

Uma das respostas em que menos concordaram foi de “Não entendo as regras”, conforme a figura 24.

Não entendo as regras (21 respostas)

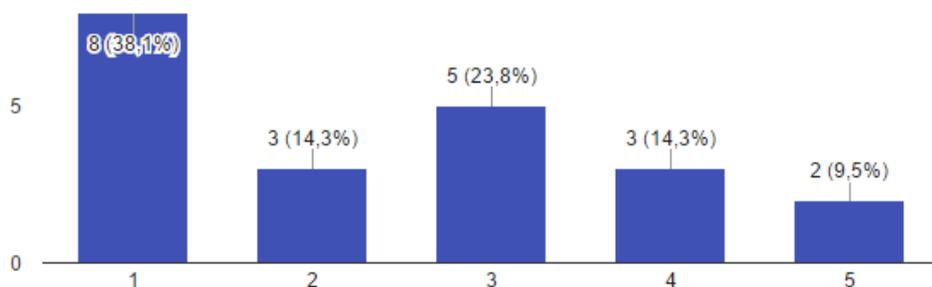


Figura 24: Menor motivo de não ter praticado o futebol americano

O fato do medo de lesão indica um fator forte para o impedimento do crescimento do esporte, já que o medo pode ser proporcionado pela falta de estrutura, profissionalismo do esporte e de equipamentos adequados. O fator de que as regras não serem claras para todos parece não influenciar na decisão de jogar o esporte, já que a ampla maioria discordou do motivo. Parece indicar que as regras de jogo são bem entendidas entre os fãs ou que o fato de não saberem as regras não impede de jogar, pois pelo fato do esporte ainda ser amador no Brasil, existe espaço para o aprendizado junto com outros mais experientes.

4.1.6. Comentários abertos dos fãs

Por fim, o instrumento aplicado foi encerrado com a opção aos respondentes de elaborarem comentários abertos sobre o futebol americano praticado no Brasil ou sobre o crescimento de sua popularidade no país. Entre os vários comentários recebidos, vale destacar os seguintes:

“Acho que o que mais falta para o crescimento do futebol americano no Brasil é marketing, pois, quase não ouvimos falar do campeonato nacional.”

“Cada vez mais cresce o futebol americano no Brasil.”

“Com a superprodução do Super Bowl acho que as pessoas começaram a assistir a liga. Meu primeiro contato foi com meu ex-namorado em 2011, quando eu comecei a ver também que houve um início de procura sobre o tema. Mas acredito que em 2015 o esporte tenha realmente se popularizado.”

“Tenho alguns amigos que gostam e algum até praticam. Acho que o esporte está começando a ganhar espaço no Brasil. Mas ainda é pouco popular, precisa ser introduzido no colégio para ter mais visibilidade.”

“Conheci através de um amigo que praticava e passei a gostar de verdade do jogo após praticar. Espero prosseguir jogando e vendo sempre que possível!”

“Falta aos clubes divulgarem mais o esporte. A maioria das pessoas não sabe que existe o esporte no Brasil.”

“A importância dada aos filmes estadunidenses e a presença exacerbada do esporte no mesmo, fez com que já fosse um conhecido. Depois, com os intervalos escalafobéticos do Super Bowl ajudaram a popularizar o esporte em si.”

“A grande resistência do público para começar a assistir tem uma relação com a paixão pelo futebol e a grande diferença em suas regras. A maioria acaba optando por assistir diversos campeonatos de futebol. Já a parte que insiste em aprender o funcionamento do futebol americano, acaba se interessando.”

“Acho um esporte mega interessante. Joguei algumas vezes num play de um amigo debaixo de chuva. Tem todo potencial pra explodir no Brasil. Basta mais divulgação e público.”

Tais comentários abertos dos respondentes indicam o favorecimento para o crescimento do futebol americano no Brasil, na opinião dos respondentes. No geral opinam que falta estrutura e implementação do esporte desde cedo. Alguns opinam que a cultura americana ajudou ao crescimento do esporte e

também que a cultura do futebol é fortemente implementada no Brasil, criando uma barreira mais difícil de passar.

4.2. Entrevista em profundidade

A segunda etapa consistia em uma entrevista aprofundada com dois especialistas de futebol americano. Foram feitas as mesmas perguntas para ambos e assim se pôde analisar a diferença e similaridade de opinião de ambos os especialistas.

4.3. Especialistas de futebol americano

A primeira pergunta feita aos entrevistados visou saber como conheceu o futebol americano. O Felipe Valle (engenheiro de produção – ele já foi arbitro oficial, diretor financeiro da AFAB / Associação de Futebol Americano do Brasil e presidente da FEFARJ / Federação de Futebol Americano do Rio de Janeiro) respondeu que assistia pela televisão o Super Bowl e assim começou a jogar o esporte no Rio de Janeiro, passando a assistir mais jogos da NFL. O Gustavo Melito (bancário - é arbitro oficial da AFAB, já foi da diretoria da FEFARJ e foi técnico, coordenador e presidente de equipes de futebol americano) respondeu que conheceu o esporte por um amigo do colégio que trouxe dos Estados Unidos alguns produtos da NFL. Depois foi conhecer o esporte através de um programa de televisão chamado “Gillette mundo dos esportes”, tudo no início da década de 80.

As respostas parecem indicar que há diversas formas de conhecer o esporte, seja por contato direto com conhecido ou por se informar através da mídia esportiva.

A segunda pergunta consistiu em saber há quantos anos que os especialistas jogavam o esporte. Felipe respondeu 13 anos e o Gustavo joga há mais de 15 anos.

A terceira pergunta feita aos entrevistados foi sobre a opinião deles sobre o principal campeonato brasileiro de futebol americano, sobre o possível futuro dessa liga e se há divulgação da mídia, apoio ou espaço para crescimento da liga, sendo lembrados de que muitos campeonatos ditos tradicionais terminaram ao longo dos anos desde o surgimento do futebol americano no Brasil.

Felipe Valle opina que há espaço para o crescimento do campeonato, principalmente em cidades menores em que a concorrência por alternativas de entretenimento são reduzidas. Como todos os esportes que não seja futebol, as empresas patrocinam muito pouco e um problema grande da organização é

mostrar que o investimento tem retorno. Felipe acredita que é mais fácil para empresas e comunidades locais. Valle também acredita que a duração dos jogos para televisão também são um problema, pois a NFL, que é um produto estruturado, demorou anos para ser de interesse do público para um domingo inteiro. Ele também diz que o nível dos jogos teria que melhorar bastante para serem transmitidos.

Já Gustavo acredita que tudo depende da liga se organizar, pois informa que, por enquanto, está confuso, desorganizado e sem apoio. Ele acredita que a divulgação da mídia parece ser a mesma ou menor que nos anos anteriores, com o apoio bem rareado. Quanto ao crescimento, ele acredita ter muito espaço, ainda mais com a vinculação aos times de futebol.

Embora as opiniões abordarem lados diferentes, ambos entrevistados acreditam que o espaço para o crescimento existe, bastando uma maior organização e, possivelmente com maior divulgação da mídia e apoio.

A quarta pergunta feita aos especialistas buscou saber a opinião deles sobre os campeonatos que não vingaram, perguntando também se foi falta de apoio, profissionalismo ou de popularidade.

Felipe Valle afirmou que o maior motivo é financeiro devido ao fato de que muitas pessoas comecem a praticar o esporte perto dos 20 anos de idade, assim esses atletas ao chegar perto dos 25 anos dificilmente conseguem conciliar o esporte amador com trabalho, fazendo com que exista uma renovação muito grande de praticantes e o público que assiste normalmente é amigo, conhecido ou da família. Ele acredita que se fosse possível existir uma dedicação completa ao esporte, ou seja, receber para jogar faria com que mais pessoas se mantivessem no esporte e outras tivessem interesse como forma de remuneração. Felipe também diz que existe uma cobrança por profissionalismo dos atletas, com cinco treinos durante a semana, porém sem retorno financeiro, fator esse complicador para o comprometimento do atleta e conseqüentemente a profissionalização. Além desses fatos, Felipe também opina que muitas brigas entre diretorias e disputas de egos visando sempre o melhor para si mesmos e não para o crescimento do esporte em si.

Gustavo foi sucinto ao comentar que o fator principal para a extinção de muitos campeonatos foi devido à falta de tempo de quem organiza.

Os dois especialistas foram condizentes em dizer que o maior problema para que os campeonatos tenham consistência é o tempo livre para poder organizar tudo, podendo ser resolvido com a profissionalização do esporte.

A quinta pergunta comparou o crescimento dos espectadores da NFL com o do futebol americano do Brasil, afirmando o fato de que não há esporte amador com um bom público, sendo possível a explicação de maior crescimento de atletas brasileiros do que de espectadores do futebol americano nacional.

Felipe afirma que a qualidade dos jogos, a comodidade de assistir em casa sem concorrer com o horário do futebol tradicional e a baixa cultura do brasileiro de assistir jogos ao vivo (ele compara com estádios vazios do futebol bretão) contribuem para o crescimento maior de atletas brasileiros e espectadores da NFL, em comparação com o crescimento dos espectadores do futebol americano do Brasil.

Gustavo afirma que hoje existe menos público que alguns anos atrás, devido à falta de divulgação dos times, pois ele afirma que o uso das redes sociais não é bem feito e nem bem explorado pelos times. Finalmente, ele afirma que a solução para isso é buscar o público da NFL para o futebol americano nacional.

A sexta pergunta englobou a transição do futebol americano amador para o profissional, perguntando se, na opinião deles, acha viável para os próximos anos. Foi perguntando também se o amadorismo atrapalha o crescimento da popularidade do esporte no Brasil.

Felipe Valle afirma que para o público, não atrapalhe muito, pois já é esperado o amadorismo em certos aspectos do evento. Ele aproveita e diz que o maior problema é conseguir verba para remunerar todos os atletas, perguntando como cobrar profissionalismo de todos se ninguém recebe por isso.

Já Gustavo acredita que o amadorismo atrapalha muito, pois dá exemplo de quando a falta de uma ambulância acaba com o jogo ou atrasa o mesmo, fazendo com que o público se desinteressasse em voltar. Gustavo é pessimista ao dizer que não acredita em profissionalismo nos próximos anos e afirma não saber nem se esse momento chegará.

Os dois especialistas tiveram opiniões distintas sobre o amadorismo do esporte, porém, afirmam existir o problema da transição para o profissional, pois ambos concordam com a dificuldade da transição se realizar.

A sétima pergunta feita aos especialistas buscou saber a opinião deles sobre o evento em geral de uma partida de futebol americano, ou seja, a estrutura, o marketing, a administração como outros aspectos. Perguntou-se a opinião sobre o crescimento desde que começaram a jogar futebol americano aos dias de hoje.

Felipe se lembrou de quando começou, jogava com camisa de pano e número pintado a tinta e disse que evoluíram mais do que ele poderia imaginar, com alguns eventos melhores que os jogos de futebol tradicional.

Já Gustavo opina diferente, pois já acredita que o jogo em si teve uma queda de organização, com regras esticadas, jogos suspensos e campos de pior qualidade, mas em relação ao evento em si, concorda que houve crescimento, com interação com o público, como sorteios e eventos paralelos.

Apesar de opiniões um pouco diferentes em relação ao jogo em si, ambos concordam que a melhoria do evento, em termos de organização e marketing, pode-se atrelar, possivelmente, a queda da qualidade de jogos com falta de apoio e o amadorismo e em relação ao evento, pode se supor que ao longo dos anos, investimentos baratos em marketing próprio foram quase que necessários para a sobrevivência dos times, e assim, melhorando a interação com o público e o evento no geral.

A oitava pergunta foi referente se há espaço para o crescimento do futebol americano no Brasil e o que os entrevistados opinavam sobre o que atrapalhava e o que ajudava para o tal crescimento.

Ambos concordaram que há espaço para o crescimento, porém Felipe acredita que as diretorias não estão preparadas, pois dividem o seu tempo com o dia a dia normal. Ele também diz que há brigas de egos e opiniões divergentes que também atrapalha o crescimento. Outro fator que ele diz atrapalhar é de querer multiplicar participantes sem filtrar, o que dificulta, pois acabam tendo muitos jogos desinteressantes. Felipe acredita que uma solução seria ocorrer campeonatos regionais e somente times mais estruturados deveriam disputar nacionalmente.

Já Gustavo diz que há muito espaço para o crescimento, mas que falta uma organização mais profissional o que não ocorrerá se não houver apoio e dinheiro, em sua opinião. Ele diz que precisa de pessoas que divulguem em todas as mídias, que cuide do equipamento e que tenha alguém que cuide dos eventos extra campo, todos esses são fatores essenciais para o esporte crescer.

Ambos atrelam a falta de organizadores profissionais com, no mínimo, tempo suficiente para se dedicar exclusivamente para o esporte. Novamente a falta de apoio e dinheiro são as causas da trava ao crescimento do esporte no Brasil, enquanto o número de telespectadores da NFL aumenta gradativamente.

A nona pergunta englobou o termo “futebol americano é o esporte que mais cresce no Brasil” e perguntou-se se concordavam com esse termo.

Felipe, em poucas palavras, apenas concordou com o termo, já Gustavo, além de concordar, disse que o termo em si é um pouco irrelevante, pois a velocidade do crescimento não é tão importante quanto a qualidade, explicando que alguns estados que já foram ponta no futebol americano e que hoje estão abaixo da média pois quiseram crescer rápido demais, sem organização.

A décima pergunta aos entrevistados foi sobre o uso de alguns times do nome e uniforme de times populares do futebol tradicional e se ajuda a divulgar o futebol americano do Brasil e de alguma forma aumenta a popularidade do esporte.

Felipe acredita que ajuda pelo fato de termos torcedores que apoiam, divulgam ou assistem a qualquer jogo de seus times e que apesar de só ajudarem no nome, já contribuem bastante para o crescimento da popularidade do esporte.

Gustavo opina que um país como o Brasil ajuda muito, em termos de popularidade, mas ele acredita que junto a isso, vem a mentalidade do futebol tradicional, que diz ser da malandragem, da reclamação e que depois pode ficar difícil de desassociar-se desses fatores.

Ambos concordam que o uso do nome dos times de futebol tradicional beneficia em diversas formas para o crescimento do esporte, pois acredita-se que a mistura de novo esporte que o fã está conhecendo junto com a paixão do time de muitos anos, contribui mais ainda o engajamento do fã com o futebol americano nacional.

A décima-primeira pergunta visou o crescimento da popularidade da NFL no Brasil nos últimos anos. Perguntou-se se achavam ser um crescimento considerável e quais seriam as possíveis razões para tal crescimento.

Felipe acredita que o fato de passarem mais jogos durante a tarde ajudou na crescente popularidade da NFL na televisão, pois antigamente os jogos somente eram transmitidos em horários tardios. O fato dos comentaristas, que ele julga serem fracos ainda, terem se especializado para explicar o jogo também ajudou muito. Para ele, quanto mais exposição, mais o público começa a se acostumar e gostar.

Já Gustavo credita o fator do crescimento ser considerável pelo aumento do poder aquisitivo da população no geral, tendo mais contato com a televisão à cabo e a outros canais de esportes, além da oportunidade de viajarem para ter contato com outras culturas esportivas. Gustavo também acreditar que uma das razões do crescimento de telespectadores fãs da NFL é devido ao fato do jogo

ser muito vistoso, com uniformes coloridos e que chamam atenção, o que ele julga ser bem ao gosto do brasileiro.

Apesar de o uniforme ser pouco votado na pesquisa quantitativa para motivos por gostarem do futebol americano, o restante de opiniões dos especialistas de futebol americano do Brasil está de acordo com a pesquisa quantitativa, com aumento de número de jogos da NFL transmitidos na televisão.

A décima-segunda pergunta englobou sobre a possibilidade de um dia termos jogos da NFL em estádios brasileiros e se cada vez mais poderemos ter eventos organizados pela NFL aqui no Brasil.

Felipe acredita que um jogo no Maracanã é mais que viável, principalmente o Pro Bowl, jogo amistoso pós-temporada, com os melhores jogadores de cada posição.

Gustavo também acredita em realizarmos jogos da NFL e diz que com a chegada da NFL Brasil, ficou mais fácil e que terá um aumento dos eventos como vindas oficiais de jogadores, eventos em shoppings e, assim como o Felipe opina, a realização do Pro Bowl em território brasileiro.

Com o maior engajamento da NFL no Brasil, sempre há a possibilidade de mais eventos ocorrerem no país, e com isso aumentando a popularidade da liga com os brasileiros. Um jogo oficial em estádio brasileiro elevaria a popularidade do futebol americano em níveis inimagináveis.

A última pergunta aos entrevistados refere-se sobre produtos da NFL e se possuem alguns desses.

Felipe disse ter algumas camisas da NFL e o Gustavo diz ter muitos produtos, principalmente de seu time, o Pittsburgh Steelers, além de produtos de outros times.

Para finalizar essa entrevista, foi perguntado se os especialistas tinham algum comentário a acrescentar sobre o crescimento da popularidade do futebol americano no Brasil, o Felipe Valle não teceu comentários adicionais, porém o Gustavo opinou que o crescimento e amadurecimento do esporte passam também pela valorização das regras e regulamentos que muitas vezes são rasgados por motivos políticos ou bobos. Ele também diz que é necessário maior valorização à arbitragem que hoje é visto como custo e não investimento, que acredita ser um erro básico. Ele acrescenta dizendo que as pessoas deveriam estudar a pequena e rica história do futebol americano no Brasil, aprender sobre o que aconteceu no início, saber das dificuldades e aprender com os erros, pois assim teremos uma maior possibilidade de crescermos cada vez mais e popularizarmos mais o esporte da bola oval.

5 Conclusões e recomendações para novos estudos

O Futebol Americano, esporte originário nos Estados Unidos (EUA), está cada vez mais popular no Brasil, ficando atrás apenas do México em número de fãs da NFL fora dos EUA. As últimas pesquisas do Ibope sobre mensuração de audiências televisivas apontam que em 2015 mais de 500 mil pessoas passaram pelo canal ESPN para acompanhar o *Super Bowl* em 2015, significando um aumento de 84% em relação à transmissão de 2014. Em paralelo, outras pesquisas indicam que de 2013 para 2014 a quantidade de fãs da modalidade triplicou, ao passar de 1,2% para 3,6% da população brasileira, parcela que representa cerca de 3,3 milhões de interessados. Adicionalmente, outros estudos apontam em 2016 que 21% dos internautas brasileiros, são fãs de futebol americano, representando um universo de 14,3 milhões de pessoas, indicando assim crescimento de 13% no número de fãs do esporte, comparando com o ano de 2015.

Dessa maneira, o presente trabalho de conclusão de curso tem como principal objetivo investigar e avaliar o crescimento do futebol americano no Brasil nos últimos anos através de estudos de casos de campeonatos brasileiros de futebol americano, de transmissões do campeonato principal americano e pesquisas com fãs e atletas brasileiros do esporte da bola oval. Considerando o aumento da popularidade do futebol americano no Brasil ao longo dos anos, este trabalho também busca entender como que os fãs do esporte conheceram o futebol americano e quais as razões que os levaram a apreciar este esporte, seja praticando ou assistindo.

O foco do estudo recaiu em analisar os considerados fãs do esporte, ou seja, aqueles que assistem ao menos alguns jogos da temporada regular, além da pós-temporada e o *Super Bowl* e considerou como fã aquele que assiste ao menos a um jogo durante a semana. Essa abordagem se mostra importante na medida em que existe uma correlação entre a popularidade da NFL no Brasil somada ao aumento dos praticantes do esporte no país. Com o estudo, espera-se que os investidores e potenciais patrocinadores aportem mais recursos na prática da modalidade no Brasil, para que futuramente venha a ser um dos esportes mais praticados no país.

Para aprofundar a análise pretendida, investigou-se a perspectiva de Pitts e Stotlar (2002) afirmando que o consumidor esportivo pode ser alocado em três tipos de segmentos: prática esportiva, produtos esportivos e promoção esportiva. Já Mullin, Hardy e Sutton (2004) explicam sobre o consumidor esportivo apresentar ser mais suscetível às influências ambientais e individuais. O modelo apresentado por esses autores enfatiza a importância das influências individuais, compostas por características físicas; aprendizagem, motivação e atitudes e a etapa na vida.

Para atingir aos objetivos pretendidos a abordagem metodológica abarcou uma pesquisa quantitativa que foi realizada através de uma amostra por conveniência (grupos da faculdade, grupos do curso de Administração da PUC, grupos de fãs de futebol americano e grupos de jogadores brasileiros de futebol americano), focada em compreender o perfil do fã do futebol americano e ao mesmo tempo analisar as diferenças do crescimento da popularidade do fã brasileiro entre o futebol americano do Brasil e dos Estados Unidos. Em seguida, para aprofundar ainda mais as respostas coletadas dos fãs de futebol americano através da pesquisa quantitativa, foram realizadas entrevistas em profundidade com especialistas brasileiros em futebol americano e fortemente envolvidos na história desse esporte no Brasil. Ao final, foi desenvolvida uma análise cruzada das informações coletadas para poder identificar o motivo da crescente popularidade do futebol americano no Brasil, seja com transmissões televisivas dos campeonatos americanos ou do crescimento do esporte realizado no Brasil. Dessa maneira, se buscou cruzar as informações coletadas para poder identificar melhor o motivo da crescente popularidade do futebol americano no Brasil.

Dentre as principais questões abordadas salientam-se que o fã brasileiro prefere o futebol americano dos Estados Unidos do que o brasileiro, pelo evento, pelo nível técnico e pela qualidade do jogo e da transmissão televisiva. Também se discutiu a perspectivas de crescimento do futebol americano nacional, porém foi concretada que há pouca divulgação da mídia e dos times, pois muitos fãs da NFL sequer sabiam sobre o futebol americano praticado no Brasil. Foi visto que muito se deve à falta de organização e tempo livre dos organizadores, fato que se deve à falta de investimento e apoio financeiro, fazendo com que o crescimento do esporte fique travado, conseqüentemente diminuindo o ritmo do crescimento da popularidade do futebol americano no país, apesar do constante crescimento da popularidade da NFL no Brasil. Por último, a investigação apontou que com a crescente popularidade da NFL por brasileiros, estamos

cada vez mais próximos de assistir um jogo realizado em território nacional, associado cada vez mais à eventos oficiais da NFL e correlacionados com o surgimento da NFL Brasil. Esse fator crucial pode levar ao início de investimentos e apoio para o crescimento do futebol americano nacional.

5.1.Sugestões e recomendações para novos estudos

Diante do pouco referencial sobre na literatura acadêmica de marketing gerado pela ausência de estudos focados em um público alvo segmentado, ou seja, especificamente o de consumidores esportivos, faz se necessário considerar que a falta de pesquisas, com abordagens customizadas e metodologias próprias, também voltadas primariamente ao mercado esportivo e que tenham como objeto esse nicho de consumidores, não facilitam a geração de conhecimento sobre o consumidor esportivo. Assim percebe-se a importância da realização de mais estudos focados no aumento da popularidade do futebol americano no Brasil.

Dessa maneira, como desdobramentos futuros e sugestão de novos estudos sobre o tema, essa linha de estudo pode englobar uma maior qualidade na pesquisa, com uma abordagem sobre o planejamento estratégico dos times de futebol americano do Brasil, comparando-os e apontando diferenças com os times da NFL.

Outro estudo mais aprofundando pode ser realizado através da comparação da cultura americana de entretenimento e se poderia ser aplicada da mesma forma no Brasil, considerando as diferenças culturais entre ambos países.

Uma outra sugestão para um estudo mais aprofundado seria aumentar a amostra da pesquisa quantitativa, para ter uma maior certeza das respostas recebidas, pois a amostra feita na pesquisa para esse trabalho mostrou ser pequeno, assim podendo comprometer com o resultado real.

Por fim, outro estudo pode ser realizado analisando a viabilidade ou risco financeiro de se investir no futebol americano nacional, avaliando possibilidades de extensão e como isso agregaria para a popularidade do futebol americano do Brasil aumentar.

6 Referências Bibliográficas

ALCÂNTARA, C. **Brasil vê 'boom' de praticantes e fãs do futebol americano.** Terra, Brasil, 07 fev. 2016. Disponível em <<http://esportes.terra.com.br/futebol-americano/futebol-americano-cresce-em-audiencia-e-praticantes-no-brasil,adce1c28a4cccee56a647b96fd75100bo1whpde3.html>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

FALDON, G. **Infográfico Super Bowl 50.** ESPN, Brasil, 2016. Disponível em <<http://espn.uol.com.br/infografico/super-bowl-50/>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

FIUZA, R. **GESTÃO PROFISSIONAL CHEGA AO FUTEBOL AMERICANO NO BRASIL.** Jornal Estadão, Brasil, 10 abr. 2015. Disponível em <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/geral,gestao-profissional-chega-ao-futebol-americano-no-brasil,1666995>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

FUNK, D.C. **Sport Marketing Quartely.** v. 12, n. 4, p. 200 – 205, 2003.

Futebol Americano. **Fãs de futebol americano no Brasil são mais de 14 milhões de brasileiros.** Brasil, 2016 Disponível em: <<http://www.futebol-americano.com/fas-de-futebol-americano-no-brasil-sao-mais-de-14-milhoes-de-brasileiros.html>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

Huffpost Brasil. **Futebol americano tem 3 milhões de fãs no Brasil, mas equipe nacional precisa fazer vaquinha para jogar.** Brasil, 2015 Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2015/01/31/futebol-americano-nfl_n_6574500.html>. Acesso em: 18 de novembro de 2016.

LAREGINA, V. **Super Bowl no Brasil: audiência cresce 800% em quatro anos e evento de futebol americano pode chegar ao Maracanã.** Jovem Pan UOL, Brasil, 07 fev. 2016. Disponível em <<http://jovempan.uol.com.br/esportes/mais-esportes/super-bowl-no-brasil-audiencia-cresce-800-em-quatro-anos-e-evento-de-futebol-americano-pode-chegar-ao-maracana.html>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

LIMA, D. **Alcance do futebol americano na TV brasileira cresce e já supera outros esportes.** Folha de São Paulo, São Paulo, 05 set. 2013. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2013/09/1337263-alcance-do-futebol-americano-na-tv-brasileira-cresce-e-ja-supera-outros-esportes.shtml>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

MANDER, J. **65% in the US, and 38% globally, are NFL fans.** Global Web Index, Londres, 30 jan. 2015. Disponível em <<http://www.globalwebindex.net/blog/65-in-the-us-and-38-globally-are-nfl-fans>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

MCCARTHY, N. **Countries with the most NFL fans outside the US.** The Statistics Portal, Reino Unido, 03 fev. 2015. Disponível em <<https://www.statista.com/chart/3185/countries-with-the-most-nfl-fans-outside-the-us/>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

MCKEON, J. **Brazil's Newly Formed 31-Team CBFA SuperLiga Nacional.** American Football International, New York, 14 mai. 2016. Disponível em <<http://www.americanfootballinternational.com/brazils-new-cbfa-superliga/>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

MORGAN M. **Marketing Esportivo.** São Paulo: Thomson Learning, 2008.

MULLIN, B. **Marketing Esportivo.** Brasil: Artmed, 2004.

Nielsen Sports. **International appeal: the rise of the NFL**. Cologne, 2015 Disponível em: <<http://niensports.com/international-appeal-rise-nfl/>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

Notícias da TV UOL. **Audiência do futebol americano cresce 132% no Brasil em um ano**. Brasil, 2014. Disponível em <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/audiencia-do-futebol-americano-cresce-132-no-brasil-em-um-ano-2182>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

O Globo. **Futebol americano conquista coração de brasileiros e público cresce 800% na TV**. Brasil, 2015 Disponível em <<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/futebol-americano-conquista-coracao-de-brasileiros-publico-cresce-800-na-tv-15137391>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

PATTOLI, L. **ESPN exhibe jogo de Arena Football League neste sábado (30)**. ESPN Media Zone, 01 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.espnmediazone.com/brazil/press-releases/2015/06/espn-exibe-jogo-de-arena-football-league-neste-sabado-30/>>. Acesso em: 18 de novembro de 2016.

PITTS, B. **Fundamentos de Marketing Esportivo**. Brasil: Porte, 2002.

REIN, I. **Marketing Esportivo: A Reinvenção do Esporte na Busca de Torcedores**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

SOUZA, V. **Motivação dos atletas brasileiros de futebol americano**. EFDportes.com, Revista Digital, Buenos Aires 06 set. 2015. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd211/motivacao-de-atletas-brasileiros-de-futebol-americano.htm>>. Acesso em: 18 de novembro de 2016.

Terra. **Popularidade do futebol americano cresce no Brasil e expande mercado esportivo**. Brasil, 2015 Disponível em <<http://esportes.terra.com.br/lance/popularidade-do-futebol-americano-cresce-no-brasil-e-expande-mercado-esportivo,a149f3319f089466cf8b21bafc7ac31bflgRCRD.html>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

VASCONCELOS, O. **Com recorde de público, Crocodiles vence Arsenal pela liga Centro-Sul FA**. Globoesporte.com, Cuiabá, 22 nov. 2015. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/mt/noticia/2015/11/com-recorde-de-publico-crocodiles-vence-arsenal-pela-liga-centro-sul-fa.html>>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

WACHELKE, J. **Mensuração da identificação com times de futebol: evidências de validade fatorial e consistência interna de duas escalas**. Periódicos Eletrônicos em Psicologia, Rio de Janeiro, 23 ago. 2007. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672008000100009>. Acesso em 18 de novembro de 2016.

Anexo 1. Questionário quantitativo

1. E-mail (opcional)
2. Nome (opcional)
3. Gênero
4. Idade
5. Grau de Escolaridade
6. Você assiste ou já assistiu Futebol Americano?
7. Você assiste ou acompanha a NFL (National Football League)?
8. Qual(is) dia(s) da semana você normalmente assiste a NFL?
9. Quantos jogos da NFL você assiste por semana (rodada)?
10. Por qual(is) plataforma(s) você costuma assistir os jogos da NFL?
11. Para qual time da NFL você torce?
12. Você entende as regras do jogo?
13. Além da NFL, você assiste ou acompanha alguma outra liga ou campeonato?
14. Qual(is) liga(s) ou campeonato(s) você assiste/assistiu ou acompanha/acompanhou?
15. Você acredita no crescimento do futebol americano no Brasil?
16. Você sabia que em 2015 o Brasil teve sua primeira aparição na Copa do Mundo de Futebol Americano, realizado em Ohio, EUA?
17. Você já assistiu algum jogo de futebol americano no Brasil?
18. Qual(is) campeonato(s)?
19. Na Superliga Nacional (principal campeonato brasileiro de futebol americano) temos muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol. Você torce ou acompanha seu time de coração também no futebol americano?
20. Explique, em poucas palavras, o que você achou do jogo que assistiu (se achou o nível bom ou ruim, o que faltou e o que surpreendeu)
21. Assistiria de novo?
22. Na Superliga Nacional (principal campeonato brasileiro de futebol americano) temos muitos times afiliados de clubes tradicionais do futebol. Sabendo dessa informação, você assistiria um jogo do clube que você torce?

23. O que falta para que os jogos dos times afiliados a clubes populares tenham mais público?
24. Quais são as principais razões de você gostar/assistir o futebol americano? Pode escolher quantos quiser.
25. Se tiver alguma outra razão, por favor escreva aqui
26. Você já praticou futebol americano?
27. Você joga ou jogou por quanto tempo?
28. Algum time ou campeonato?
29. Escolha de 1 a 5 (1 não concordo e 5 concordo totalmente) a razão por ainda não ter praticado futebol americano.
- a. Não sei onde posso praticar
 - b. Acredito não ter o físico ideal para o esporte
 - c. Tenho medo de me lesionar
 - d. Não entendo as regras
 - e. Não tenho tempo para a prática

Anexo 2. Entrevista aprofundada

1. Nome?
2. Idade?
3. Profissão?
4. Como conheceu o futebol americano? Conheceu o dos Estados Unidos ou do Brasil primeiro?
5. Joga há quantos anos?
6. Além de jogar, qual outro envolvimento você tem ou teve com o esporte?
7. Desde que você começou a se envolver com o esporte, você viu muitos campeonatos que nasceram e morreram. O principal hoje no Brasil é a Superliga Nacional. Como você acha que pode ser o futuro desse campeonato em termos de popularidade? Há divulgação da mídia, apoio ou pelo menos espaço para um futuro crescimento da liga?
8. Em sua opinião, porque alguns campeonatos não vingaram? Foi falta de apoio, profissionalismo ou popularidade?
9. Não há esporte amador com um bom público, talvez isso explique o crescimento maior de atletas do que o de espectadores. Qual a sua opinião sobre isso, levando em consideração o crescimento de espectadores da NFL ser muito maior que o crescimento de espectadores do futebol americano no Brasil?
10. O amadorismo do futebol americano no Brasil atrapalha muito para o crescimento da popularidade? Você acha que pode haver essa transição total do amador para o profissional nos próximos anos?
11. O que você acha sobre a organização do futebol americano no Brasil? Do evento em geral (administração, marketing, estrutura, etc.), houve algum crescimento considerável desde que você começou a jogar até hoje?
12. Em sua opinião, há espaço para o crescimento do futebol americano no Brasil? O que você acha que atrapalha? E o que ajuda?
13. Você concorda com o termo "Futebol americano é o esporte que mais cresce no Brasil"?
14. Você acha que o fato de alguns times usarem o nome e uniforme dos times populares do futebol tradicional ajuda muito a divulgar o futebol americano

brasileiro? Acha que pode aumentar a popularidade do esporte de alguma forma?

15. E o que você acha sobre o crescimento da popularidade da NFL no Brasil nos últimos anos? Acha que nesses últimos anos foi um aumento considerável? Por quais razões você acha que isso pode ter acontecido?

16. Acha que um dia podemos ter jogos da NFL em estádios daqui? Podemos ter cada vez mais eventos organizados pela NFL no Brasil?

17. Você compra muitos produtos da NFL (Camisas, canecas, casaco, boné, etc.)?