FACULDADE DO BAIXO PARNAÍBA
CURSO DE ADMINISTRÇÃO

MARCOS VINICIUS DE SOUSA
RAÍZA FLANILSA MOURÃO REINALDO
WELLYNGTON DA SILVA COSTA

UM ESTUDO DE CASO NA SOCIEDADE ESPORTIVA REAL BRASIL SOBRE A MELHORIA DE VIDA DOS JOVENS ATRAVÉS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO TERCEIRO SETOR

Chapadinha
2015

MARCOS VINICIUS DE SOUSA
RAÍZA FLANILSA MOURÃO REINALDO
WELLYNGTON DA SILVA COSTA

UM ESTUDO DE CASO NA SOCIEDADE ESPORTIVA REAL BRASIL SOBRE A MELHORIA DE VIDA DOS JOVENS ATRAVÉS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO TERCEIRO SETOR

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP, para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profº Especialista Adm. Elisangela Maria Fernandes Albuquerque

Chapadinha
2015

Sousa, Marcos Vinicius de

Um estudo de caso na sociedade Esportiva Real Brasil sobre a melhoria de vida dos jovens através da prestação de serviço do terceiro setor, com enfoque na escolinha de futebol/Marcos Vinicius de Sousa; Raíza Flanilsa Mourão Reinaldo; Wellyngton da Silva Costa.- Chapadinha, 2015.

69f.

Monografia (Graduação em Administração) – Curso de Administração Baixo Parnaíba, 2015.

1. Terceiro setor 2. Marketing de relacionamento 3. Inclusão social 4. Esporte I. Reinaldo, Raíza Flanilsa Mourão II. Costa, Wellyngton da Silva Costa III. Título.

CDU 658.8(812.1)

MARCOS VINICIUS DE SOUSA
RAÍZA FLANILSA MOURÃO REINALDO
WELLYNGTON DA SILVA COSTA

UM ESTUDO DE CASO NA SOCIEDADE ESPORTIVA REAL BRASIL SOBRE A MELHORIA DE VIDA DOS JOVENS ATRAVÉS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO TERCEIRO SETOR

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba – FAP, para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profº Especialista Adm. Elisangela Maria Fernandes Albuquerque

Aprovada em _____ /_____/_____

BANCA EXAMINADORA

_____
Profº. Elisangela Maria Fernandes Albuquerque
Esp. em Docência do Ensino Superior da Faculdade do Baixo Parnaíba

_____
Katyane Alyne de Souza Ribeiro da Silva
Mestre em Desenvolvimento Humano da Faculdade do Baixo Parnaíba

_____
José Mário Almeida Machado Júnior
Bacharel em Administração da Faculdade do Baixo Parnaíba

À Deus, por ser o centro de nossas vidas, à nossas famílias, grupos de oração, parentes e amigos pelo incentivo e apoio em todos os momentos. Ao Padre Neves (*in memoriam*) pelo seu testemunho de vida e pastoreio. Tudo isso nos serviu como base, e foi o que nos impulsionou a chegar onde estamos.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por ter nos dado fé, saúde e força para superar cada obstáculo que muitas vezes apareceu em nossos caminhos, sem Sua luz nessa caminhada não teríamos conseguido.

Aos nossos familiares, pelo amor e incentivo em todos os momentos difíceis, por não medirem esforços para acreditar em nossa capacidade.

Ao nosso amado e eterno pastor e pai Padre Manoel dos Santos Neves (*in memoriam*) por contribuir para nossa formação humana, intelectual e religiosa e nos mostrar, com o seu testemunho de vida, que é possível ser santo e que fomos feitos para o céu.

Aos nossos professores que nos proporcionaram um vasto conhecimento, àqueles que passaram e deixaram sua contribuição em nossa vida acadêmica.

À Faculdade do Baixo Parnaíba pela oportunidade de fazer o curso de Administração e pelo ambiente criativo que nos proporcionou.

À nossa orientadora Professora Esp. Elisangela Albuquerque pela paciência, amizade, apoio, incentivo e compartilhamento de saberes durante o período de orientação. Esse convívio apenas nos confirmou a pessoa extraordinária que és.

Aos colegas de classe por esses anos de intensa convivência e troca de experiências, vivemos momentos que certamente levaremos para sempre em nossos corações, lembranças que o tempo não poderá apagar. A experiência da comunhão nesses espaços foi a melhor de nossa formação acadêmica.

À empresa onde foi realizada a presente pesquisa por disponibilizar as informações necessárias e ter nos dado total liberdade na execução deste trabalho.

A todos que contribuíram direto ou indiretamente conosco para a conclusão deste ciclo. A todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos de nós, fazendo esta vida valer mais a pena.

Nada te perturbe, nada te espante! Tudo passa. Só Deus não muda a paciência, tudo alcança quem a Deus tem, nada lhe falta, só Deus basta!

Santa Teresa de Jesus de Ávila

RESUMO

Esta pesquisa foi desenvolvida na empresa Sociedade Esportiva Real Brasil – SERB, que se enquadra como uma organização do terceiro setor em que esta utiliza o esporte como meio de inclusão social de jovens e adolescentes. Com o objetivo de analisar a prestação de serviços da oficina de futebol oferecida pela Sociedade Esportiva Real Brasil, bem como as suas contribuições para a melhoria de vida de seus atendidos, que foi realizada com um universo de 90 jovens e amostra de 30% do universo, ou seja, 27 jovens e suas respectivas famílias. O estudo é de estimada relevância para a empresa, sociedade e meio acadêmico, pois proporciona de fato o entendimento de como funciona uma organização do terceiro setor, mostra uma realidade que poucos imaginam que aconteçam e a dificuldade para a gestão empresarial e de relacionamento. Foi procurado entender como o esporte pode ser usado como meio de inclusão social para crianças e adolescentes em situação de risco, assim como a contribuição que a empresa teve para a melhoria dos destes no âmbito escolar e social. Outro ponto discutido no trabalho fez menção à forma como a empresa se relaciona com os jovens e se este relacionamento é essencial para sua permanência para que haja continuidade no processo de inclusão social. Para fundamentar esta pesquisa foram usados trabalhos de autores consagrados em seus respectivos campos de estudo dos quais observamos: Kotler (2006), Cazzolato (2008) Tenório (2009), Zeithaml (2011) e Oliveira (2014). Assim, foi percebida a grande importância do profissional de Administração para a realização dos processos organizacionais, bem como suas funções de planejamento, organização, direção e controle para o alcance dos objetivos empresariais e sociais galgados pela instituição.

Palavras-chave: Terceiro setor. Marketing de relacionamento. Inclusão social. Esporte.

ABSTRACT

This research was developed in the company Sociedade Esportiva Real Brazil - SERB, which falls as a third sector organization, where it uses the sport as a means of social inclusion of youth and adolescents. In order to analyze the provision of football workshop services offered by Sociedade Esportiva Real Brazil, as well as their contributions to improving the lives of its met, which was conducted with a universe of 90 young and sample of 30% of the universe , or 27 young and their families. The study is estimated relevance to business, society and academia, because it provides indeed the understanding of how an organization nonprofit, shows a reality that few imagine that happening and the difficulty for business management and relationship. Was sought to understand how sports can be used as a means of social inclusion for children and adolescents at risk, as well as the contribution that the company had to improve them in school and social context, another point discussed at work was the way how the company relates to young people and this relationship is essential for their stay and to provide continuity in the social inclusion process. Is to support research were used works of authors established in their respective fields of study, which observed: Kotler (2006), Cazzolato (2008) Tenorio (2009), Zeithaml (2011) and Oliveira (2014). Thus, the importance of professional management to the achievement of organizational processes was perceived as well as its functions of planning, organization, direction and control to achieve the business and social goals by successive level institution.

Keywords: Third sector. Relationship marketing. Social inclusion. Sport.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Qual a sua idade?.....	34
Gráfico 2	Qual ano escolar você estuda?.....	35
Gráfico 3	Você acha que houve mudança na sua vida depois que você começou a participar da escolinha de futebol?.....	36
Gráfico 4	Você melhorou o seu desempenho escolar depois de entrar para as aulas de futebol?.....	37
Gráfico 5	Você teve melhorias no seu comportamento em casa, no relacionamento familiar?...	38
Gráfico 6	Você vê melhorias no seu comportamento perante a sociedade?.....	40
Gráfico 7	Você percebeu alguma melhoria no relacionamento com os demais jovens?.....	41
Gráfico 8	O serviço prestado pela Sociedade Esportiva Real Brasil através da escolinha de futebol tem mudado a sua vida?.....	42
Gráfico 9	A Sociedade Esportiva Real Brasil tem feito acompanhamento junto à sua família?..	43
Gráfico 10	A sua família acompanha e participa com você nas atividades da Sociedade Esportiva Real Brasil?.....	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 10
2 HISTÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR..... 12
2.1 Histórico das ONGs no Brasil 15
3 MARKETING..... 19
3.1 Marketing de Serviços 20
3.2 Marketing de Relacionamento 21
4 INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA PRÁTICA ESPORTIVA 24
4.1 Inclusão Social 24
4.2 A prática esportiva como meio de contribuição educacional 27
5 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA..... 31
5.1 Empresa do Estudo de Caso: Sociedade Esportiva Real Brasil 31
5.2 Metodologia 33
5.3 Instrumentos de Coleta de Dados 34
5.4 Universo e Amostra 35
6 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS DADOS..... 37
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... 56
REFERÊNCIAS
APÊNDICES

1 INTRODUÇÃO

O terceiro setor é toda instituição privada sem fins lucrativos conhecida popularmente como Organização Não Governamental (ONG). É uma organização formada por pessoas que trabalham em conjunto por uma causa em comum, Tenório (2009). O terceiro setor veio para complementar os serviços prestados pelo Estado sendo sustentado por instituições privadas, setor público, ou por ações desenvolvidas a fim de arrecadar fundos para sua manutenção. Contribuindo assim para que os serviços não atendidos ou insuficientes a população em geral sejam oferecidos de forma a complementar ou suprir as falhas do Estado.

Muitas ONGs prestam serviço através do esporte, sendo o mais comum o futebol por tratar-se de uma prática bastante popular que exige poucos recursos e equipamentos para sua realização. Segundo Vianna (2011), o reconhecimento do esporte como canal de socialização positiva ou inclusão social é revelado pelo crescente número de projetos esportivos destinados aos jovens das classes populares financiados por instituições governamentais e privadas.

Buscando conhecer melhor este assunto, realizou-se a presente pesquisa na Sociedade Esportiva Real Brasil (SERB) com o intuito de analisar como ela contribuiu para a melhoria de vida dos jovens através de sua escolinha de futebol e se esse serviço oferecido pela organização do terceiro setor auxiliou para a retirada deles de situações de risco. Analisou-se a prestação de serviços da oficina de futebol, bem como as suas contribuições na vida de seus atendidos, assim como identificar a metodologia aplicada no curso/oficina de futebol, se os serviços promocionais proporcionaram melhorias da própria ONG e, por fim, como esses serviços prestados contribuíram para a permanência dos clientes e consumidores da SERB fazendo uma relação com o marketing promocional desta.

Como afirma Cillo (2002) a atividade física pode ser utilizada para ensinar repertórios comportamentais de cuidados com a saúde, discriminação de estados internos e de socialização. Logo, com a grande atuação das ONGs neste meio, buscou-se, então, conhecer como a SERB atua na vida dos jovens que usufruem de seu serviço com o foco na oficina de futebol procurando compreender e analisar como esta possui relevância no seu comportamento perante as esferas sociais da qual fazem parte como, por exemplo, o núcleo familiar.

Portanto, este trabalho nasceu para conhecer como o terceiro setor contribuiu para a retirada dos jovens em situação diversas à margem da sociedade, situações essas verificadas no Estágio Supervisionado, visto que se acompanhou uma rotatividade de muitos jovens, a falha

no controle das frequências das oficinas, ausência de membros no decorrer das atividades e gargalos nos processos administrativos. Diante disso, buscou-se conhecer se as ações da ONG eram mesmo suficientes para a retirada do jovem de situação de risco, e se a missão da mesma está sendo realizada, visto que, isso acaba que sendo uma das principais ações da organização, procurou-se então associar o serviço do terceiro setor e as ferramentas da administração para a melhoria da mesma.

Ao realizar o presente estudo fez-se uso de pesquisa bibliográfica por meio de artigos e livros acadêmicos na forma de pesquisa descritiva que tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então o estabelecimento de relações entre algumas variáveis, são aquelas no qual o objetivo é estudar as características de um grupo em particular. Alguns autores foram usados como base para essa pesquisa, dentre eles pode-se citar: Kotler (2006), Cazzolato (2008), Tenório (2009), Zeithaml (2011), Oliveira (2014), entre outros.

A fim de complementar esta pesquisa realizou-se um estudo de caso com aplicação de dois questionários: um para os alunos da escola de futebol da SERB e outro para o professor; por fim foi realizada uma entrevista com as famílias desses mesmos alunos.

Para que houvesse uma melhor fundamentação deste trabalho estruturou-se a produção escrita da seguinte forma: no primeiro capítulo fez-se uma abordagem sobre a história das organizações do Terceiro Setor de maneira geral e como ela atua no Brasil; no capítulo seguinte falou-se do marketing de serviço e de relacionamento retratando, assim, sua importância na retenção de clientes; o próximo capítulo fez menção sobre a importância da inclusão social, suas principais características e como ela atua com o esporte inclusivo de jovens; em seguida fez-se a contextualização de toda pesquisa por meio da metodologia já citada; no último capítulo fora disposto os registros finais com os resultados obtidos, bem como as considerações finais que mostraram a existência de deficiências de fatores diversos em que se fez necessário o uso de funções gerenciais quanto a uma instituição do terceiro setor, a presença de profissionais capacitados na realização de serviços prestados como também o devido acompanhamento dos jovens e de suas famílias.

2 HISTÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR

Existem três setores em que a sociedade está dividida: o primeiro setor que é composto pelo Estado, o segundo setor que é formado pelas empresas privadas e o terceiro setor que são as instituições privadas sem fins lucrativos. Tudo isso para melhor organização e divisão para melhor viver em sociedade.

Ao citar a divisão dos três setores Bento (2015, p. 14) afirma que:

> O Estado surge a partir de três elementos, o "poder político, povo e território". "É um poder político exercido sobre um território e uma população", conforme destaca (GRUPPI, 1980. p. 07). "Tem como fundamentos a soberania, a cidadania, a dignidade humana, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, bem como o pluralismo político" (Art. 1º da CF/88). Sua finalidade básica é administrar os bens públicos para atender as necessidades coletivas derivadas dos direitos previstos na Constituição Federal de 1988.
> O segundo setor, que abrange o mercado, tem como principal característica a finalidade lucrativa. Tal setor é composto por empresas privadas que sobrevivem da venda de bens e serviços, oferecidos ou não pelo Estado, cuja finalidade é o acúmulo de capital.
> O terceiro setor começou a surgir a partir do momento em que o Estado não estava mais atendendo satisfatoriamente a prestação de bens e serviços à população.
> Neste sentido, a sociedade começou a se organizar para tentar suprir as necessidades coletivas, não abrangidas pelo Estado.

Com essa divisão de cada setor, bem como suas respectivas funções, objetiva-se que cada um cumpra o seu devido papel e obrigações. Mas não é o que acontece, uma vez que a motivação do surgimento do terceiro setor foi o fato de o primeiro – o Estado – não conseguir atender a todas as necessidades e problemas da população.

Ainda sobre essa divisão, Resende (2015, p. 01) conceitua os três setores como:

> PRIMEIRO SETOR o Estado, entendendo este como o ente com personalidade jurídica de direito público, encarregado de funções públicas essenciais e indelegáveis ao particular (justiça, segurança, fiscalização, políticas públicas, etc.).
> SEGUNDO SETOR é compreendido como as organizações do mercado: pessoas físicas ou jurídicas de direito privado, encarregadas da produção e comercialização de bens e serviços, tendo como escopo o lucro e o enriquecimento do empreendedor.
> TERCEIRO SETOR é aquele que congrega as organizações que, embora prestem serviços públicos, produzam e comercializem bens e serviços, não são estatais, nem visam lucro financeiro com os empreendimentos efetivados, estando incluídas aqui, portanto, as associações, sociedades sem fins lucrativos e fundações.

As Organizações Não Governamentais (ONGs) têm apresentado um grande crescimento ao longo dos últimos anos e tem sido fundamental para solucionar grande parte dos problemas sociais que o Estado não consegue abranger. Mas para que se possa compreender todo esse contexto em que se encontram essas organizações julgou-se pertinente analisar o histórico e o surgimento das primeiras ONGs no mundo, bem como as motivações que levaram as primeiras pessoas a reunirem-se em prol de um mesmo objetivo ou ideal.

Segundo Tenório (2009, p. 11):

> As ONGs caracterizam-se por serem organizações sem fins lucrativos voltadas para o atendimento de necessidades da sociedade civil, algumas vezes complementando a ação do Estado e de agentes econômicos. Seu financiamento pode ter origem em agências e/ou ONGs internacionais, governos ou no setor privado. Contam algumas vezes com o trabalho voluntário e atuam através da promoção social, visando a contribuir para um processo de desenvolvimento que supõe transformações estruturais da sociedade. Sua existência independe de mecanismos de mercado ou da existência de lucro.

A motivação das pessoas que compõem esses agrupamentos de pessoas não é fundamentada na busca pelo lucro ou interesse próprio, mas justifica-se pela identificação com o ideal e pelo que a organização se propõe a realizar. Ainda sobre esse conceito, Barbosa (2004, p. 13) e Oliveira (2004, p. 13) afirmam que ONGs são "entidades de natureza privada (não-públicas) sem fins lucrativos que, juridicamente, ou são associações ou fundações". Essas organizações não governamentais são independentes e buscam manter-se, seja com parcerias com o setor público e privado, seja de ações que seus membros desempenham para angariar fundos para o seu sustento e sobrevivência. O fato de não buscarem o lucro não quer dizer que elas não desempenhem essas ações secundárias para levantar fundos para desenvolverem suas atividades.

Essas organizações começaram a surgir no cenário mundial quando o mundo vivia um momento muito delicado na sua história. Com o fim da II Guerra Mundial a economia, assim como quase todo o setor público, estava quebrada, sem a mínima condição de se reerguer, e ainda por cima de reconstruir a sociedade e acabar com o caos pós-guerra. Com isso foi se incutindo na sociedade que deveria partir deles as iniciativas de ajudar o outro naquilo que precisasse, e assim todos colaborariam para a reconstrução do bem estar social.

Diante disso, as primeiras ONGs tiveram papéis de ordem caritativo e assistencialistas, surgindo primeiramente em países desenvolvidos da América do Norte, da Europa e da Ásia.

Cazzolato (2015, p. 03) afirma que:

> Com o fim da Segunda Guerra Mundial, inúmeras mudanças e transformações aconteceram em decorrência do novo cenário que se instalava em quase todos os países. Problemas de ordem social e econômica surgiram e se agravaram nas décadas seguintes, além das mudanças no campo da comunicação, da produção e, principalmente, o aumento da urbanização das cidades. Com isso, gerou-se também a pobreza e a miséria, a violência, as doenças, a poluição, entre outros problemas socioeconômicos.

Sem poder contar com o Estado, foi necessário esse agrupamento de pessoas com o mesmo ideal e que se disponibilizassem para tentar reverter o quadro. Como diz Tenório

(2009), muitos desses grupos eram de caráter religioso e por assim dizer, abrangiam somente aqueles que estavam nas proximidades de onde se localizavam o que era limitado e reduzido ao assistencialismo, mas com o tempo foram crescendo e houve a necessidade de se abranger ainda mais as áreas de alcance.

Ainda sobre esse início das primeiras Organizações, Cazzolato (2015, p. 03) afirma que:

> [...] ao analisar o histórico de existência dessas organizações, é possível perceber que elas nasceram em um momento crítico da economia mundial, sem possibilidades de agir de forma planejada, pois o importante era atender às necessidades emergenciais. E, assim, com o passar dos anos, as ONG's foram buscando forças e poder político, mesmo em condições administrativas ainda "caseiras".

Com o passar do tempo as organizações do terceiro setor foram ganhando seu espaço, se organizando enquanto instituições de pessoa jurídica e organizações privadas sem fins lucrativos. O crescimento desse setor foi notável e o seu trabalho foi ganhando força. Com o surgimento de novos desafios e problemas sociais que afetavam a sociedade e que os governos não conseguiam resolver foi ganhando força as atividades desenvolvidas por essas associações de pessoas motivadas pelo mesmo ideal.

Sobre esse crescimento das organizações do terceiro setor, Salamon (2015, p. 06) diz que,

> [...] a evidência de um novo florescimento de instituições do Terceiro Setor de alcance mundial é incontestável. Nos países desenvolvidos, por exemplo, a ampliação do nível de engajamento dos cidadãos é evidente há várias décadas. Uma pesquisa de 1982 junto a organizações sem fins lucrativos provedoras de serviços sociais em 16 comunidades norte americanas indicou que 65% haviam sido criadas após 1960. O número de associações privadas disparou de modo semelhante na França, com mais de 54 mil criadas somente em 1987, comparado com cerca de 11 mil por ano na década de 60. Estimativas recentes registram cerca de 275 mil charities no Reino Unido, com receita que se aproxima a 5% do Produto Nacional Bruto do país. Na Itália, uma pesquisa realizada em 1985 mostrou que 40% das organizações tinham sido constituídas a partir de 1977.

Pode-se perceber com isso que nos países de primeiro mundo, apesar de serem mais desenvolvidas, as ONGs também têm papel fundamental na construção da sociedade e na produção de respostas palpáveis para os problemas sociais que vêm junto com o desenvolvimento econômico e com o progresso tecnológico. Mas se elas contribuíram e contribuem nos países mais desenvolvidos, muito mais elas atuam nos países subdesenvolvidos ou os assim chamados, países do terceiro mundo.

Esse fenômeno é ainda mais marcante nos países em desenvolvimento em que muitas organizações do terceiro setor vindas de países desenvolvidos, ou até mesmo criadas nesses países, atuam fortemente para combater as desigualdades sociais e problemas que

atingem o coletivo. Países como Brasil, Índia, Filipinas, Quênia, Chile e Argentina são assistidos de forma direta por mais de meio milhão de organizações não governamentais (SALAMON, 2015).

2.1 Histórico das ONGs no Brasil

Nos países desenvolvidos as ONGs desenvolvem, desde o seu surgimento, um grande trabalho social o que tem sanado as lacunas deixadas pelo Estado. Se nesses países que são considerados de primeiro mundo ainda existe campo para atuação dessas instituições, nos países subdesenvolvidos há muito mais espaço para a atuação dessas entidades filantrópicas. No Brasil a história das organizações não governamentais teve início nos anos 80, com as comunidades eclesiais de base – (CEBs) da Igreja Católica (SALAMON,1998).

O ano exato do início do terceiro setor no Brasil causa divergência entre alguns teóricos e pesquisadores da área. Uns afirmam que foi em meados da década de 1980, enquanto outros asseveram que foi na década anterior.

Segundo Carrio (2000, p. 06):

> A década de 70 marca o ingresso do terceiro setor, no Brasil, em uma nova fase. As instituições de caráter filantrópico e assistencial unem-se aos chamados movimentos sociais e, com o apoio da igreja, tornam-se porta-vozes de problemas locais, assim como passam a denunciar as situações de repressão, desigualdade e injustiça social. É nesse período que surgem as ONGs. Com significativa participação na vida política nacional, em particular no processo de democratização política, elas contaram com significativo apoio de organismos internacionais.

Como em outros países, o surgimento dessas associações de pessoas com o objetivo de praticarem ações para o bem estar social, originou-se de iniciativas da igreja juntamente com a população, no Brasil não seria diferente. Essas primeiras instituições privadas de caráter público tiveram grande importância na luta por melhorias de vida da sociedade, bem como ser a voz de quem não tinha vez para falar.

Houve, no entanto, a necessidade de começar a atender demandas maiores e alargar os serviços prestados por essas associações. Perez (2015) afirma que essas organizações começaram a ampliar seu campo de atuação criando, assim, trabalhos alternativos para preencherem as lacunas e carências deixadas pela negligência e incapacidade do estado.

Mesmo com as atividades desenvolvidas pelos membros dessas associações, a população brasileira ainda tinha muitos questionamentos quanto às reais intenções e interesses que estavam por traz dessas instituições. Parte desses questionamentos foram diminuindo e a partir da década de noventa houveram alguns acontecimentos que contribuíram para sanar essas

dúvidas, com a criação da Associação Brasileira de Ongs – (ABONG), a conferência mundial do meio ambiente e a ação da cidadania contra a fome, a miséria e pela vida.

Com relação a isso, Perez (2005, p. 33) afirma que:

> Foi na Conferência Mundial de Meio Ambiente, realizada no Rio de Janeiro em 1992, a ECO-92, que as organizações não-governamentais ganharam maior visibilidade na mídia. Outro movimento nos anos 90 que mobilizou a sociedade e deu visibilidade às ONGs foi a Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, no Rio de Janeiro, tendo como maior representante o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho.
> Um grande marco nessa área foi a fundação, em 1991, da Abong (Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais) para tentar amenizar um pouco as dificuldades que envolvem o caráter fragmentário e disperso das ONGs – o que dificulta o estudo e até a localização delas.

Com esses acontecimentos e com a conscientização da população sobre o que são as ONGs, através dos trabalhos realizados por elas, essas instituições foram ganhando forma, voz e vez na sociedade brasileira. Por isso, em 23 de Março do ano de 1999 o então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso sancionou a Lei nº 9.790/99 que "dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências".

Após ter um regulamento através de uma lei, essas organizações ganharam muito mais espaços na sociedade e passaram a ter seus trabalhos e ações olhados de uma outra forma. Mas isso também passou a exigir que essas instituições não-governamentais, como diz a lei de caráter privado, passassem a se organizar e a agir como uma verdadeira empresa, com divergência apenas na finalidade, pois enquanto as organizações do segundo setor têm por finalidade o lucro, essas empresas que compõem o terceiro setor visam apenas o social. Para se alcançar a finalidade a que cada uma se propõe não basta somente ter pessoas, um lugar para se reunir e um líder. É preciso se organizar para melhor executar as atividades que se propõem.

Tenório (2009, p. 17) assevera que:

> [...] o simples fato de se agrupar pessoas e recursos não basta para garantir que os recursos existentes sejam alocados da melhor maneira, forma e que o trabalho seja realizado no momento certo. Para que isso ocorra, é preciso haver a preocupação de gerenciar as partes que constituem a organização.

Se não houver essa preocupação de olhar as ONGs como empresas pode ser que nunca se consiga chegar aos objetivos que são propostos, pois não haverá um plano de ação ou a preocupação de aplicar os recursos existentes de maneira correta, a fim de evitar os desperdícios e se consiga maximizar os resultados.

Para que isso aconteça a organização, assim como qualquer outra que atue no mercado, precisa utilizar de ferramentas de Administração para que consiga se estruturar e dar

passos cada vez mais firmes diante das dificuldades que aparecem. Uma boa forma de se organizar e melhorar seu desempenho dentro da organização é fazendo uso das funções gerenciais que ajudam os gestores e os colaboradores a executarem tudo com mais rapidez e eficiência. As funções gerenciais são: o Planejamento, Organização, Direção e o Controle.

Sobre Funções Gerencias, Tenório (2009, p. 21) afirma:

> As Funções gerenciais essenciais ao trabalho do gerente são: planejamento, organização, direção e controle. Essas funções devem ser entendidas como um ciclo que se repete dentro da organização e que estão relacionadas com a previsão, a divisão do trabalho, a execução e o acompanhamento.

Essas funções são essenciais porque ajudam a organização a traçarem um mapa, um caminho a seguir. Iniciando com o planejamento do que, como, quando e onde realizar suas atividades para que assim possam estar preparados para chegarem ao objetivo. Esse planejamento também auxilia a organização em termos financeiros, ou seja, quanto ela precisará para realizar tudo o que se propõe a fazer.

A organização serve para se realizar a divisão de quem vai fazer que atividade havendo, assim, uma gestão participativa e uma divisão de tarefas para não sobrecarregar os gestores. A direção é a execução propriamente dita, a necessidade de orientar e fazer com que tudo saia exatamente como foi combinado e o controle serve como forma de avaliação, de correção e até mesmo para não deixar que desande ou se afaste dos reais objetivos. Cada uma dessas funções pode ajuda a formar o todo e juntas levam ao sucesso das atividades e da própria instituição.

Como essas empresas do terceiro setor não recebem ou não dependem de verbas oriundas do governo para desenvolver suas atividades, elas precisam estar o tempo todo mostrando o que fazem para conseguir angariar fundos para financia-las. Para fazer isso elas dispõem de outra ferramenta da Administração de empresas para venderem suas ideias e fazerem a publicidade e propagando dos trabalhos que realizam para que consigam sustentar a organização e ganharem mais colaboradores e simpatizantes. Essa ferramenta é o Marketing, que está relacionado com a satisfação das necessidades e desejos dos clientes.

Marketing pode ser definido como:

> A área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos da organização ou indivíduo e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que estas relações causam no bem-estar da sociedade (CASAS, 2010, p. 15).

O marketing pode ser de grande valia para essas empresas se estas o utilizarem como ferramenta de auxílio para alcançar mais pessoas e contribuir para a difusão dos objetivos

que elas se propõem a realizar perante a sociedade, tendo em vista que a maioria presta serviços como sua principal atividade e não vendem bens. O marketing auxilia justamente a valorizar o serviço que muitas vezes não é visto por ser algo intangível.

3 MARKERTING

O marketing é um dos principais setores da Administração de uma empresa. Busca identificar e satisfazer as necessidades humanas e é capaz de atrair e fidelizar clientes à empresa.

> O marketing é uma função organizacional é um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. (KOTLER; KELLER, 2006, p. 04).

Assim, vemos o quão amplo é o marketing que vai desde a criação de um produto ou serviço até o relacionamento com clientes afim de fideliza-lo.

Acrescenta-se, ainda, GODOI (2015) (*apud* KOTLER e KELLER et al 2006) que marketing é definido como a criação, implementação e controle de programas calculados para influenciar a aceitabilidade das ideias sociais e envolvendo considerações de planejamento de produto, preço, comunicação, distribuição e pesquisa de marketing.

Segundo GODOI (2015) (*apud* COBRA 2009)"marketing define-se como um processo na sociedade pelo qual a estrutura da demanda para bens econômicos e serviços é antecipada ou abrangida e satisfeita através da concepção, promoção, troca e distribuição física de bens e serviços".

Percebe-se a grandiosidade e belezas do marketing que é antecipar as necessidades ou desejos dos consumidores criando neles vontade de consumir tal produto ou serviço. Diante disso, percebe-se a complexidade e aprofundamento que esta área deve ter afim de que as organizações saibam não apenas perceber as necessidades dos clientes, mas também criar novas necessidades com o objetivo de conseguir uma maior porcentagem de Marketing Share[1].

A Administração de marketing diz que as empresas devem ser orientadas para o cliente e para o mercado, todavia, este vem sendo orientado para o produto em que, provavelmente, vem acontecendo o erro ao não estudar o perfil das pessoas que consumiam determinado produto. Os clientes estão cada vez mais dizendo às empresas que tipos de produtos ou serviços desejam e quando, onde e como querem adquiri-los GODOI, et al 2009) (*apud* KOTLER; KELLER, 2006).

Isso propõe às empresas a voltarem seu pensamento para seu público alvo, uma vez que é preciso entender até o que faz o cliente procurar determinado produto ou serviço, entender o que os motiva a comprar e quais seus desejos e preferências. Não basta apenas criar uma necessidade, é preciso acompanhar de perto a evolução do pensamento dos consumidores.

[1] Marketing Share: Participação no mercado.

Assim, compreende-se que “O marketing não é mais um departamento responsável por um número limitado de tarefas, é uma iniciativa que envolve a empresa como um todo e direciona sua visão, sua missão e seu planejamento estratégico”. (GODOI *apud* KOTLER; KELLER, 2006, p.45).

O marketing vai além de satisfazer o cliente, ele está diretamente ligado com a estratégia da empresa, sua missão e visão. As atividades de marketing devem estar ligadas entre o MVV[2] da empresa e aquilo que os clientes necessitam. Com Isso, percebe-se que, “[...] uma administração de marketing bem-sucedida requer, portanto, determinadas capacidades como entender o valor para o cliente, entregar valor para o cliente e sustentar o valor para o cliente” (KOTLER, KELLER, 2006, p. 40).

3.1Marketing de serviços

O serviço já detém mais da metade do PIB nos países desenvolvidos e em países que estão em desenvolvimento. O grande crescimento do emprego no setor de serviços é uma característica natural do desenvolvimento econômico e aconteceu em todos os países no mundo (LAS CASAS2010).

Para melhor conceituar esta discussão, Abrantes2015 (apud Kotler 1998, p. 412), diz que: “Serviços é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico”.

A palavra chave para o reconhecimento de qualquer serviço é a palavra “intangível”, pois diferentemente do produto onde se faz necessário a presença de um bem físico para a troca, os serviços são caracterizados pela ausência de produtos físicos, entretanto, nada impede que bens tangíveis estejam atrelados ao serviço como naturalmente em algumas atividades eles são necessários, a exemplo de uma escolinha de futebol, onde é prestado o serviço e que, atrelado a ela, esteja alguns bem tangíveis tais como bola, coletes e chuteiras.

O Serviço proporciona mais proximidade entre prestador de serviço e o cliente que o contrata, uma vez que este participa mais do processo de produção por muitas vezes opinando sobre a forma como quer que o serviço seja prestado. Hoffeman (2009, p. 37), diz que: “[...] o envolvimento do cliente ameaça a eficácia da operação do serviço”. A partir desse pensamento

[2] MVV: Missão, Visão e Valores de uma empresa

percebe-se que para o prestador de serviço é mais complexo conseguir a satisfação do cliente, em comparação com o vendedor de produto acabado, uma vez que para este não há a possibilidade do envolvimento do cliente no processo de fabricação.

Com isso, Moreira2015(*apud* Santos Filho, 2009) reforça o exposto sobre serviços, a referida estudiosa diz que:

> [...] mercado de serviços, a venda ocorre antes da produção, diferente do mercado de produtos onde o consumidor pode ter contato físico com a mercadoria antes de possuí-la, a percepção de risco tende a ser muito elevada, pois eles não podem ser cheirados, tocados, degustados ou até mesmo provados antes do ato da compra.

Assim, a confiança repassada para o cliente é fundamental para o fechamento da venda, uma vez que o cliente não consegue visualizar com clareza o resultado daquilo que está comprando cabendo à empresa buscar a melhor forma de atrair o cliente evidenciando, portanto, as partes positivas do serviço que se propõe a prestar.

Outro fator que pode influenciar no momento da compra de determinado serviço é o fator relacionamento e é justamente esse assunto que será detalhado a seguir.

3.2Marketing de relacionamento

O relacionamento que as empresas têm com seus clientes pode significar o sucesso ou fracasso da organização, pois tendo este como sua principal razão de existência as organizações devem zelar ao máximo por relacionar-se bem com seus clientes afim de fidelizá-los e mantê-los por um maior tempo possível usufruindo de seus serviços.

> O marketing de relacionamento representa, em essência, uma troca de paradigma no marketing – foco na aquisição/transação para o foco na retenção/relacionamento. O marketing de relacionamento (ou gestão de relacionamento) é uma filosofia de fazer negócios, uma orientação estratégica focada na conservação e melhoria dos relacionamentos com os clientes existentes de uma empresa, não na aquisição de novos clientes (ZEITHAML; 2011, p. 213).

Essa filosofia de trabalho focada no relacionamento com cliente pressupõe que este têm certa tendência a quererem permanecer mais tempo sendo cliente de determinada empresa do que mudar a todo o momento perdendo vantagens que já haviam conseguido com o passar do tempo.

A empresa também entende que é muito mais vantajoso e barato para a organização manter seus clientes fieis do que procurar novos para agregar à empresa, uma vez que não precisará de campanhas de marketing para atração de nova clientela, além disso, ganhará tempo ao não precisarem pensar, a priori, nessas campanhas podendo, assim, direcionar tempo e

esforço para a realização de estratégias a fim de fidelizar os clientes através da evolução do seu relacionamento com a empresa.

Zeithaml (2011, p. 214) afirma que o relacionamento com os clientes tendem a evoluir com o passar do tempo e são classificados em clientes estranhos, clientes como conhecidos, clientes como amigos e clientes como parceiros.

> Os clientes estranhos são os clientes que ainda não efetuaram transações (interações) com uma empresa e que talvez nem tenham tomado conhecimento da existência dela [...] assim, o principal objetivo da empresa quanto a estes clientes em potencial (os "estranhos") consiste e iniciar uma comunicação com eles de forma a atraí-los e adquirir seus volumes de negócio.

Desta forma, percebe-se o cliente em seu primeiro estágio com a empresa em que esta deve esforçar-se por familiarizá-los à organização, aqui começa o "namoro" entre ambas as partes e cabe à empresa "fazer o papel do homem", ou seja, conquistar estes novos clientes para a organização, e é na conquista que se inicia o relacionamento.

Após a conquista do cliente – sua aceitação e familiarização – este passa a integrar não mais o estágio de estranho, entretanto nessa nova fase passará a ser chamado de "conhecido". Aqui o cliente já aceitou e conheceu os serviços prestados pela empresa, assim, começam a ter uma relação de troca em que "[...] o principal objetivo para a empresa, neste estágio de relacionamento, e a satisfação do cliente" (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2011, p. 214). A entrega de valor deve ser o principal meio para a continuação do processo de fidelização do cliente a empresa, pois no processo de familiarização é muito provável que o cliente não saiba como será produto derivado do serviço, assim a organização deve esforçar-se para entregar o máximo de valor ao cliente.

Com o passar do tempo a empresa constata que as pessoas que antes eram estranhos, conhecidos passam a ser chamados de amigos. Assim percebe-se a interação com os outros estágios do relacionamento.

Consoante, os clientes continuam a usufruir dos serviços prestados pela organização e mais as relações se estreitam e o valor percebido pelo cliente começa a ser superior, assim uma relação que antes era vista como estranha torna-se amizade. De acordo com Zeitham (2011, p 216) "[...] quando os clientes tornam-se amigos da empresa eles não apenas se familiariza com ela como também passam a acreditar que ela fornece valor um superior".

Sobre a entrega de valor Kotler (2006, p. 34) afirma que: "Em uma economia extremamente competitiva, com compradores cada vez mais racionais diante de uma abundância de opções, uma empresa só pode vencer ajustando o processo de entrega de valor e

selecionando, proporcionando e comunicando um valor superior". Sem dúvida o grande objetivo da entrega de valor para o relacionamento de amizade é a retenção de clientes, ou seja, usar do relacionamento para a fidelização dos clientes.

Segundo, Hoffman et. al (2009, p. 437):

> Retenção de cliente refere-se a concentrar os esforços de marketing da empresa na base de clientes que ela possui. Mais especificamente, em vez de procurar novos clientes, as empresas empenham-se em satisfazer os clientes atuais, com a intenção de estabelecer relacionamentos de longo prazo.

Por fim, o último nível de relacionamento é o de parceria, em que a empresa consegue o maior grau de relacionamento com o cliente/consumidor.

> À medida que aumenta a interação entre cliente e empresa, o nível de confiança sobe, o cliente recebe ofertas e participa de interações mais customizadas. A confiança desenvolvida no estágio de amizade é uma condição necessária, mas não suficiente para o desenvolvimento de uma parceria entre cliente e empresa (ZEITHAML; BITNER; GREMLER, 2011, p 216).

O aprofundamento da confiança sem dúvida é essencial para o desenvolvimento das relações cliente/empresa, contudo a organização deve utilizar o máximo de informações de seu banco de dados a fim de personalizar ainda mais o serviço prestado, visto que uma das características principais do serviço é justamente a personalização em que se compreende que um serviço jamais é igual ao outro, mesmo que seja feito repetidas vezes pela mesma pessoa.

O cliente tido como parceiro da instituição torna-se mais lucrativo para a empresa, uma vez que não apenas compra bens e/ou serviços, como também vende para a instituição. No momento que o cliente fica satisfeito com o que recebe em troca por parte da empresa, este indica o produto/serviço a outras pessoas e que muitas podem ser consideradas como clientes estranhos, assim, a empresa ganha novos clientes adeptos à instituição e, ao mesmo tempo, economiza com programas de marketing para atrair novos clientes/consumidores.

O grande objetivo do marketing de relacionamento é usar desta ferramenta para fidelizar e reter o máximo de clientes à empresa, Zeithaml; Bitner; Gremler, (2011, p. 217) acentuam que "[...] o principal objetivo do marketing de relacionamento é a construção e a manutenção de uma base de clientes compromissados e que são rentáveis para a organização".

4 INCLUSÃO SOCIAL ATRAVÉS DA PRÁTICA ESPORTIVA

4.1 Inclusão social

A inclusão social está relacionada com a procura de firmeza social por meio da cidadania social. Conforme a Constituição Federal de 1988, todos os cidadãos têm os mesmos direitos perante a sociedade. Assim, Borba e Lima (2015) destaca que a cidadania social preocupa-se com o cumprimento do bem-estar das pessoas como cidadãos. Tido como um estado individual da pessoa na qual ela se sente socialmente confortável ao exercer a sua cidadania plena.

Segundo Calderon, (2015) viabilizar a inclusão social é responsabilidade do poder público e exigir do Estado a qualidade de gestão necessária para o desenvolvimento social é de responsabilidade do próprio cidadão.

A inclusão tem o papel de preencher as lacunas deixadas pela exclusão social atuando, assim, de maneira direta com as pessoas excluídas da sociedade, ou seja, aqueles que estão às margens. Dessa forma, as definições de inclusão social têm em comum o combate à exclusão social, a assimilação de hábitos característicos do seu grupo social e todo o processo através do qual esse indivíduo se torna membro funcional de uma comunidade e internaliza as regras desse grupo identificando a cultura que lhe é própria chamado, assim, de socialização, tido também como um aprendizado social constante.

A inclusão social sob o ponto de vista educacional segundo Silva, (2007, p. 3) é:

> [...] todo procedimento que enfatiza a necessidade primeiramente de alcançarmos uma educação para todos, centrada no respeito e valorização das diferenças. Uma posição que reforça a necessidade do respeito à diferença, o conhecimento, e o preparo para lidar com as potencialidades e limitações das pessoas.

O objetivo principal da inclusão é a qualidade de vida social e cultural do cidadão, neste caso dos jovens. É visto que algumas instituições, mesmo em pequenas quantidades, apresentam novos meios educacionais visando à adaptação das diversas realidades encontradas entre seus educandos, assim como a capacitação de seus profissionais.

Segundo Aranha (2015) a ideia da inclusão social se fundamenta numa filosofia que reconhece e aceita a diversidade na vida em sociedade. Isto significa garantia do acesso de todos a essas oportunidades, independentemente das peculiaridades de cada indivíduo e/ou grupo social.

O entendimento da exclusão social se faz indispensável para que se possa compreender o seu lado oposto que é a inclusão social, cuja maior proposta é a extensão da cidadania. Segundo Cruz (2014 p.4):

> A CLT tem uma grande importância para a inclusão social, pois não podemos esquecer que a inclusão é um processo que transcende os limites dos muros escolares, envolvendo a sociedade como um todo, e ela vem regular uma relação social extremamente conflitante – as relações trabalhistas, onde o trabalhador é a parte mais "fraca", estabelecendo os parâmetros, garantido a igualdade dos direitos de todos perante a lei.

A fonte da integração social deveria ser explicada em termos desses processos sociais ligados a estruturas da sociedade e às suas características próprias. Porém, isso a afasta do alcance humano em virtude da relação equivocada entre indivíduo e políticas sociais. Os fatores associados à inclusão social prezam pela igualdade. Os que influenciam a inclusão social segundo Borba e Lima (2015 p. 223) *apud*, Wixeyet al., (2005, p. 17) são:

> A valorização das pessoas e grupos independentes de religião, etnia, gênero ou diferença de idade; estruturas que possibilite possibilidades de escolhas; envolvimento nas decisões que afetam a si em qualquer escala; disponibilidade de oportunidades e recursos necessários para que todos possam participar plenamente na sociedade.

Vemos a importância da inclusão para a formação do indivíduo e que não se pode ir contra a necessidade do ser humano de viver em sociedade. Isso demonstra claramente nossa dependência em relação ao todo, ou seja, a necessidade do meio social em estar em interação com ele.

A escola é um espaço importante de socialização, o que permite à criança e ao adolescente formar, ampliar e transformar suas visões de mundo e de futuro.

A identidade individual se constrói na relação com os outros e em sociedade onde são indispensáveis os processos de diferenciação na construção pessoal e os processos de socialização que conduzem a padrões de identidade coletiva e de cultura em que estão inseridos.

Segundo Bernardi (2015) é fundamental para a construção da identidade que as diferenças ou modos peculiares de ser possam existir e vir a serem expressos, desde que não prejudiquem a própria criança, o próprio adolescente ou as demais pessoas que convivem com ele. Somos, então, influenciados pela sociedade a partir das relações culturais.

O poder público é atualmente o principal instrumento realizador dos objetivos sociais realizados indiretamente pelo cidadão. Segundo Calderon (2015) a inclusão social se materializa na efetiva percepção, absorção e compreensão das ideias de todas as camadas sociais, independentemente do nível econômico, social e intelectual do indivíduo.

Como ressalta Gabatz (2015), a inclusão está mais diretamente ligada à noção de cidadania plena e associada à emancipação em que os indivíduos podem desfrutar da cidadania, na medida em que não são incluídos ou excluídos por possuir ou não bens, por terem ou não direitos.

A exclusão social nasce da relação de exploração de uma classe sobre outra classe, exploração essa que pode ser econômica, política ou cultural e está envolvida na organização e participação na vida social. Esta é a relação existente entre a exclusão e inclusão em que uma não vai acontecer sem a outra e os conflitos sempre estarão presentes.

Segundo Puc-Rio 2015*apud*Sawaia (2002) o que se observa é a existência da dialética exclusão/inclusão que gesta subjetividades específicas que não podem ser explicadas unicamente por fatores econômicos envolvendo o indivíduo por inteiro e sua relação com os outros, tendo em vista que isso acontece em todas as esferas sociais, com mais relevância no início da vida, em que a interiorização da realidade nessa fase se dá através das relações sociais podendo, assim ser divididas em socialização primária e secundária. Segundo Ribeiro (2015, p. 1 *apud* Berger e Luckmann 1973):

> A socialização primária diz respeito aos primeiros contatos sociais da criança e se dá com a presença dos outros significativos que lhe apresentam a realidade em que vivem e como a percebem. É também neste contato que a criança começa a significar os elementos culturais presentes na sociedade em que está inserida. Faz parte desse processo a família e as pessoas mais próximas à criança.

É imprescindível a presença da família na formação de um cidadão autêntico visando à internalização de seus conceitos sociais, pois ao se atingir a idade escolar, por volta dos quatro anos inicia-se, então, o processo de socialização secundária em que os envolvidos são os transmissores que se apresentam, principalmente, na figura de seus professores e dos colegas de escola.

Todo esse processo de aprendizado, de internalização da realidade e da cultura acontece através da linguagem. É por meio desta que o indivíduo aprende a viver em sociedade. Este aprendizado tem início nos primeiros anos da criança.

O que direciona a inclusão é o princípio da igualdade, um fator essencial para uma sociedade que quer ser justa perante todos fazendo uso de diretrizes que se fundamentem para que não haja desigualdades sociais. Diante disso, existem meios para que essa inclusão social aconteça de forma natural, assim, pode-se citar, então, o esporte como principal agente transformador.

O esporte, sem dúvidas, tem um grande destaque por ser uma atividade que desperta interesse nos mais diferentes meios, independentemente de classes sociais e faixas etárias.

Quando se trata da educação como meio de inclusão social pelo esporte, Cunha (2015, p. 9) afirma que:

> As mudanças a serem realizadas no âmbito da estrutura escolar são lentas e lentos são os resultados para crianças e para a sociedade. Os projetos sociais causam impacto maior e suas mudanças são visíveis com relação à criança, família e sociedade. Sendo que essas mudanças devem ser acompanhadas, avaliadas e os resultados, tanto positivos quanto negativos, devem ser estudados e abordados com propostas de melhorias nos projetos.

A educação é o meio pelo qual a sociedade renova permanentemente as condições de sua própria existência. Ela crava as características essenciais que a vida coletiva tem, com isso, o desenvolvimento social de uma criança é a evolução da qual ela é um agente sempre ativo.

4.2 A prática esportiva como meio de contribuição educacional

O esporte é a realização máxima da ação motora que deve ser concebido dentro de uma proposta ética que proporcione valores humanos para a pessoa e/ou grupo. Em sua origem a palavra "esporte" significa regozijo, ou seja, diversão, como nos diz RODRIGUES (2007).

O contexto de que o esporte pode se configurar num importante meio de "intervenção social" sempre esteve em evidência. Certos de seu poder de prática como mecanismo de socialização, é também uma via poderosa para desenvolver o potencial de crianças e adolescentes em todos os seus domínios físicos e sociais.

O esporte é considerado uma das ferramentas mais eficazes para se trabalhar com crianças e jovens, pois além de ser uma atividade prazerosa e também saudável ao praticante ela desenvolve outros valores que poderão ser repassados para outras áreas de suas vidas.

Gonçalves (2010) *apud* Ferreira (2001) diz que a iniciação esportiva é o primeiro contato da criança com o esporte. Seus fundamentos, princípios, características, regras e movimentações devem ser apresentados de maneira simples e aos poucos.

Segundo Florentino e Saldanha (2007), os motivos que levam crianças e adolescentes a praticarem uma determinada atividade física e desportiva são muitos e a sociabilidade pode estar associada a esta escolha. A necessidade de pertencer a um grupo é muito forte na adolescência e isto pode ser um dos fatores primordiais para os jovens se envolverem com o esporte.

Como principal facilitador do ensino, destaca-se a importância do jogo no processo de formação do aluno, como é defendido por Boer (2010), o jogo é o procedimento pedagógico

mais utilizado na escola porque necessita de poucos materiais, o que já se sabe é escasso nas escolas. O professor tem um papel primordial neste processo, dando as devidas orientações e as motivando proporcionando, assim, para a criança, um lugar agradável onde ela se sinta tranquila e capaz de realizar suas atividades.

O esporte é uma atividade que tem maior força em comparação a "rua". Pode-se dizer, então, que as crianças e os jovens dão preferência ao esporte, dessa forma participarão dos projetos que lhes são propostos. Sobre esse tipo de alternativa e prevalência, Vianna(2011) *apud* Lovisolo (1995) argumenta que:

> Um dos pilares da eficácia da educação, e de modo geral da intervenção orientadas por valores sociais, demanda acordos em termos de valores. O acordo entre as famílias, os educandos e os educadores sobre os valores, os meios e as expectativas, parece ser fundamental na implementação de projetos ou de propostas no âmbito educacional, pois "se os atores não compartilham de um horizonte comum de crenças ou representações é impossível a eficácia simbólica da escola" (LOVISOLO, 1995a, p.42).

Os valores impostos pelas práticas do esporte não se limitam em restringir somente ao local da prática, mas sim além deles, ir exterior ao ambiente em que está acontecendo o aprendizado, ou seja, tudo aquilo que é vivenciado dentro da escola ou associação pode contribuir para o cotidiano do jovem.

A contribuição que o esporte proporciona para as crianças é de grande importância e poderá influenciar na tomada de decisões e na construção de um ser humano preparado para as situações e adversidades da vida.

De acordo com Florentino e Saldanha (2007), o esporte é pedagógico e também educativo pela possibilidade de proporcionar obstáculos e desafios fazendo com que a criança experimente as regras e aprenda a lidar com o próximo.

Grandes aprendizados são retirados desse meio, como por exemplo, o respeito aos colegas e aos adversários, isto diante de um campo de futebol, mas também fora dele, respeitando os seus próprios limites, bem como dos colegas. No individual esta prática engloba o respeito às regras, o cumprimento de horários e também a ter responsabilidades.

Segundo Oliveira 2014 *apud* Francke (2009), o esporte é um instrumento de socialização, e mesmo que muitos dos jovens que praticam futebol não se tornem jogadores profissionais no futuro, a prática desta modalidade acrescentará de maneira significativa para a sua formação e seu convívio em sociedade.

O relacionamento entre os indivíduos, as conversas informais, a troca de experiências trarão o crescimento pessoal provocando, assim, a compreensão das diferenças,

construindo uma ligação entre as relações de troca desses conhecimentos, um tanto diferenciados, visto que os alunos estão inseridos em grupos de acordo com a faixa etária.

Para compreender a influência do esporte e da cultura no processo de socialização, busca-se explorar o esporte e as atividades culturais de forma lúdica, com a participação de todos, com o objetivo de promover a confraternização e o aprendizado.

Segundo Vianna (2011), o reconhecimento do esporte como canal de socialização positiva ou inclusão social é revelado pelo crescente número de projetos esportivos destinados aos jovens das classes populares, muitos financiados por instituições governamentais e privadas.

A formação dos participantes desses projetos mostrou-se ligadas ao anseio de adquirir as competências necessárias para ocupar uma posição social melhor do que aquelas que estão acostumado sem seu meio social que, desse modo, represente a superação das barreiras sociais e uma melhoria na qualidade de vida.

Boer 2010 *apud* Teixeira e Teixeira (2006) destaca que a educação está relacionada à disciplina e hierarquia, pois a criança recebe do professor orientação quanto às regras do jogo e a respeitar seu antagonista, acatando as decisões do árbitro e aprendendo a se socializar. O poder dos fatores psicológicos do tipo socializador que eles possuem é indiscutível, seja ela na atividade esportiva, seja naquele que a acompanha.

Segundo Boer (2010, p. 09 *apud* Marinho 1981):

> O esporte desperta o sentido de liberdade, sendo positivo no desenvolvimento da personalidade e no equilíbrio emocional,que diz ser a atividade esportiva excelente no fomento do trabalho em equipe e do sentido de responsabilidade, desenvolvimento a convivência mais sólida entre grupos e no grupo, bem como o aprendizado sadio da união e da participação comunitária.

A criança começa a distinguir o que é certo do errado quando trabalhada de forma que busque contribuir para a formação e educação dela mesma, com isso, este sujeito em formação será reeducado e mostrará os verdadeiros meios para uma vida saudável e o que é apropriado para si, desse modo, o esporte estará colaborando para a formação de autênticos cidadãos.

Segundo Bracht (2015), o esporte tratado e privilegiado na escola pode ser aquele que atribui um significado menos central ao rendimento máximo e à competição procurando, através desse meio, uma integração maior dos envolvidos, ou seja, o esporte trará a criança uma melhor integração.

5 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

5.1 EMPRESA DO ESTUDO DE CASO: Sociedade Esportiva Real Brasil

A Sociedade Esportiva Real Brasil nasceu na cidade de Chapadinha – Maranhão no dia 3 de março do ano de 1985 às 09:00 horas em frente a casa do Senhor Oseas Lopes Filho "Manim", por não ter sede, a partir de uma reunião que tinha por objetivo fundar uma associação esportiva. Os participantes da reunião deram ideias de como esta funcionaria definido, assim, que aquela Sociedade seria de caráter amador, procurando atender jogadores do bairro Terras Duras que, inicialmente, começaria apenas com o futebol e depois abrangeria outras modalidades.

Durante a reunião foi criada uma comissão para dirigir os trabalhos iniciais formada, assim, pelos senhores Manoel Vitória, José Renato, Valdemar, Afonso e Oseas Lopes Filho. Assim, deram início aos trabalhos discutindo qual seria o possível nome da associação. Foram citados três nomes, sendo eles: Torino Futebol Clube, Atalanta e Sociedade Esportiva Real Brasil, sendo escolhida a última sugestão. Depois foram discutidas as cores Verde, Amarelo e Vermelho "Tricolor" (ATA DE FUNDAÇÃO DA SOCIEDADE ESPORTIVA REAL BRASIL, 1990).

A nova associação deu início a seus trabalhos no esporte conquistando alguns títulos e passando a ser reconhecida na cidade, mais foi somente após dez anos de fundação que esta sairia da informalidade para cadastrar-se no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Apesar de ser reconhecida no esporte que até então era sua principal e única atividade, a associação possuía as suas fragilidades, principalmente financeiras, para dar início a outros projetos sociais.

Foi, então, que em 2007 a Associação recebeu uma verba no valor de R$ 110.000,00 (Cento e Dez Mil Reais), oriundos de uma parceria com a Petrobrás para desenvolver o projeto Sentinela que foi o grande responsável por alavancar a associação e permitir que tivesse condições de oferecer novos cursos e oficinas e ampliar o atendimento à população.

Com esse dinheiro foi possível realizar a reforma e melhoria da estrutura do prédio, comprar novos instrumentos musicais para as oficinas, computadores e móveis como mesas, estantes e cadeiras para prestar melhores serviços. A partir daí o Real Brasil passa a ser uma ONG e deixa de ser apenas um time de futebol.

O Projeto Sentinela acabou e o projeto de parceria com a Petrobrás não foi renovada. Com a necessidade de dar continuidade ao projeto e o atendimento à comunidade, surge o Projeto Vida que continua ainda hoje. Através dele a Associação oferece hoje aulas de informática, bateria, violão, teclado, reforço escolar, ballet, teatro, escolinha de futebol, dança e inglês.

Atualmente a entidade atende mais de 300 alunos em situação de risco ou não, com idade mínima de 10 anos. A instituição se mantém com doações de colaboradores, com a colaboração que alguns alunos pagam mensalmente no valor de R$ 10,00 e de parcerias com instituições públicas e privadas através de projetos para angariar fundos para o custeio das despesas (INFORMAÇÃO VERBAL[3]).

5.2 Metodologia

A metodologia utilizada nessa pesquisa teve como instrumentos de coletas de dados a pesquisa bibliográfica, questionários com perguntas abertas e fechadas e entrevista estruturada para melhor coletar os dados dessa pesquisa que possui características: descritiva, quantitativa e qualitativa, utilizando o estudo de caso como meio de investigação.

A pesquisa bibliográfica pode ser entendida como:

> [...] toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc. [...] A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 57).

Esse tipo de pesquisa ajuda a fundamentar todo o trabalho em estudo, coleta e análise de dados à luz de teóricos e outros pesquisadores que foram precursores no tema pesquisado. Com isso, é possível aumentar os conhecimentos sobre o foco da pesquisa, e com maior propriedade do assunto, chegar a conclusões pautadas e embasadas pelos materiais que foram levantados. Além de tudo, possibilita propor novas ideias, mesmo que com temas já pesquisados anteriormente.

No presente trabalho foram utilizadas as duas abordagens de pesquisa: quantitativa e qualitativa, para melhor coleta e análise dos dados. Uma abordagem completando a outra, aquilo que uma não abrange a outra complementa dando uma fundamentação ainda maior a esta pesquisa.

[3]Informação verbal concedida pelo senhor Oseas Lopes Filho.

Severino (2007) assevera que “a abordagem qualitativa permite ao pesquisador extrair mais da essência do ser humano” conseguindo, assim, perceber informações que se perderiam ou não seriam percebidos com a utilização da abordagem quantitativa somente. Esses dados são coletados através de entrevistas, observação, entre outras. Já a abordagem quantitativa tem como característica utilizar questionários, gráficos e tabelas para colher as informações, analisar e discutir os resultados.

Sobre a abordagem quantitativa Roesch (2010, p. 130) afirma que “[...] o propósito é obter informações sobre determinada população: por exemplo, contar quantos, ou em que proporção seus membros têm certa opinião ou característica, ou com que frequência certos eventos estão associados entre si, a opção é utilizar um estudo de caráter descritivo.”

Para melhor compreensão do público alvo estudado utilizou-se a pesquisa descritiva que proporciona uma melhor identificação das características desse grupo. Esta, por sua vez, utiliza métodos iguais para todos os pesquisados para que se possa chegar a respostas contundentes e que definam esse grupo. A utilização desse tipo de pesquisa proporciona aos pesquisadores uma maior clareza e homogeneidade nos dados coletados.

Sobre pesquisas descritivas Gil (2002, p. 42) afirma que:

> As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc.

Esse tipo de pesquisa foi a ideal para que se pudessem perceber quais as características principais da população que é atendida pelos serviços da Sociedade Esportiva Real Brasil como renda familiar, grau de escolaridade dos pais e dos alunos, entre outras. Com isso foi possível ter uma descrição melhor dessas informações coletadas.

O meio de investigação que foi utilizado para esta pesquisa foi o estudo de caso, que estuda os indivíduos no seu próprio ambiente, analisando todos os contextos e fatos a partir da própria realidade estudada sob vários ângulos e perspectivas, levantados anteriormente. Este meio de investigação escolhe um caso específico para estudar e que tenha uma representação importante para a conclusão dos resultados.

Sobre estudo de caso, Severino (2007, p. 121) diz:

> Pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo. A coleta de dados e sua análise se dão da mesma forma que nas pesquisas de campo, em geral.

> O caso escolhido para a pesquisa deve ser significativo e bem representativo, de modo a ser apto a fundamentar uma generalização para situações análogas, autorizando inferências. Os dados devem ser coletados e registrados com o necessário rigor e seguindo todos os procedimentos da pesquisa de campo.

No caso do presente trabalho o estudo de caso foi uma escolha adequada, pois permitiu estudar o caso da Sociedade Esportiva Real Brasil dentro de sua realidade, sob vários ângulos, para identificar como o seu trabalho tem influenciado a vida das pessoas que usufruem desses serviços, e como ela tem sido importante para esse setor na cidade em que atua.

5.3 Instrumentos de coleta de dados

Para a coleta de dados fora utilizado questionários (A e B), sendo o primeiro com perguntas fechadas para os alunos da escolinha de futebol e o segundo com perguntas abertas para o professor. Optou-se por utilizar esse método devido ao fato de este se adequar a pesquisa em questão e proporcionar mais praticidade na análise, discussão e tabulação dos dados.

Ao falar sobre questionários, Marconi e Lakatos (2011, p. 86) os definem como "[...] um instrumento de coleta de dados constituídos por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrita e sem a presença do pesquisador". Quanto às perguntas, os questionários desse trabalho foram divididos em duas formas: perguntas abertas e fechadas.

Questionários fechados também denominados limitados ou de alternativas fixas, "são aqueles em que o informante escolhe sua resposta entre duas opções: sim ou não. Esse tipo de pergunta, embora restrinja a liberdade das respostas, facilita o trabalho do pesquisador e também a tabulação: as respostas são mais objetivas" (MARCONI, 2011, p. 89-90).

Já os questionários abertos ou livres são aqueles onde o entrevistado tem a liberdade de responder as perguntas de forma subjetiva emitindo, assim, suas opiniões quanto às perguntas. Eles têm maior liberdade para se expressarem de forma mais clara, pessoal e profunda (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Utilizou-se, também, a entrevista com as famílias desses alunos como método para melhor captar as informações repassadas pelos entrevistados e que em questionários não seria possível coletar, uma vez que boa parte dessas informações são de caráter subjetivo e muito pessoal correndo o risco, assim, de não se extrair dessas famílias as respostas e informações que são pertinentes para a construção desse trabalho.

Marconi e Lakatos (2011, p. 80) afirmam que:

> A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de

> natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

Como pretendemos saber se houve ou não mudanças sociais na vida desses alunos, bem como mudança comportamental na família, na escola e perante a sociedade, entendeu-se que não existe outra maneira mais adequada do que a entrevista para realizar essa captação de informações. Para isso, utilizou-se a entrevista do tipo estruturada que segue um roteiro previamente estabelecido para poder proporcionar a comparação das respostas e uma melhor análise das conclusões (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Através dessas entrevistas foi possível entender a visão de cada família com relação à escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil, bem como captar algumas informações que, por sua vez, são subjetivas e que se perderiam se fossem extraídas através de um questionário, mesmo com perguntas abertas. A conversa durante as entrevistas proporcionou uma liberdade maior para as famílias que puderam expressar-se de sua maneira.

5. 4 Universo e amostra

A escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil dispõe de um total de 90 (noventa) alunos matriculados constituindo, assim, o universo ou população que foi estudada na presente pesquisa. Marconi e Lakatos (2011, p. 27), ao discorrer sobre universo ou população, afirmam que "[...] é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum. Sendo N o número total de elementos do universo ou população [...]". Isso quer dizer que a população é o total de tudo que foi estudado.

Para melhor coleta dos dados e obtenção de êxito na aplicação dos questionários escolheu-se uma amostragem de 30% da população ou universo estudado caracterizando 27 (vinte e sete) alunos que responderam o questionário com 10 (dez) perguntas fechadas. Com três alternativas de respostas: SIM, NÃO e NÃO SEI RESPONDER. A utilização da amostragem facilitou a reunião dos alunos que foram escolhidos, aleatoriamente, para melhor abrangência das respostas a fim de caracterizar melhor todo o universo em pesquisa. Amostra é uma parte significativa que é selecionada do universo em estudo e que proporciona ao pesquisador ter uma visão de toda à população envolvida na pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Para confrontar os resultados dos questionários dos alunos com o questionário do professor da escolinha, e para melhor fundamentar as considerações finais, fora utilizada a

aplicação de uma entrevista estruturada com as 26 famílias dos alunos envolvidos na pesquisa (dois alunos são da mesma família) constituindo, a amostra da pesquisa. Isso permitiu colher informações que nos questionários não seria possível, bem como foi possível conhecer as diversas realidades sociais de tais famílias através das visitas *in loco*[4] nas próprias casas destas para realização das entrevistas.

[4]In loco: no próprio local.

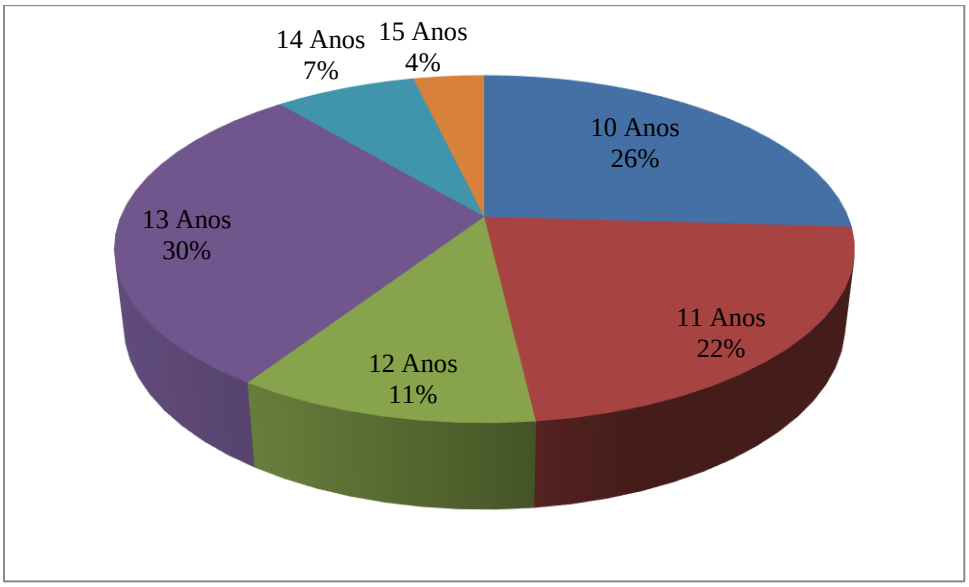
6 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS DADOS

Para melhor compreensão e discussão dos dados desse estudo foram aplicados dois questionários: um para os alunos e outro para o professor da escolinha de futebol; e uma entrevista estruturada para as famílias.

O questionário A (APÊNDICE A) dos alunos foi realizado com perguntas abertas e fechadas, contendo dez questões no total. O questionário B (APÊNDICE B) do professor da escolinha de futebol foi feito com perguntas abertas contendo, também, dez perguntas. A análise e a sintetização dos dados foram feitos utilizando uma planilha do Microsoft Excel demonstrando os dados através de gráficos em pizza.

A primeira pergunta do questionário A foi referente à idade dos alunos que frequentam as aulas da escolinha de futebol. Os dados podem ser vistos no Gráfico1. Objetivo fora identificar qual a faixa etária desses alunos para saber como o trabalho da escolinha os tem recebido e se a prestação desse serviço está de acordo com as necessidades que são inerentes a essa fase.

Gráfico 1: Qual sua idade?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

De acordo com o gráfico acima, pode-se perceber que a faixa etária dos alunos varia entre 10 a 15 anos de idade, justamente na fase de formação do corpo humano que está em mudança de fase, da fase de criança para a adolescência, e que requer um cuidado e atenção maior, seja com a formação da personalidade, seja com a prática de exercícios físicos.

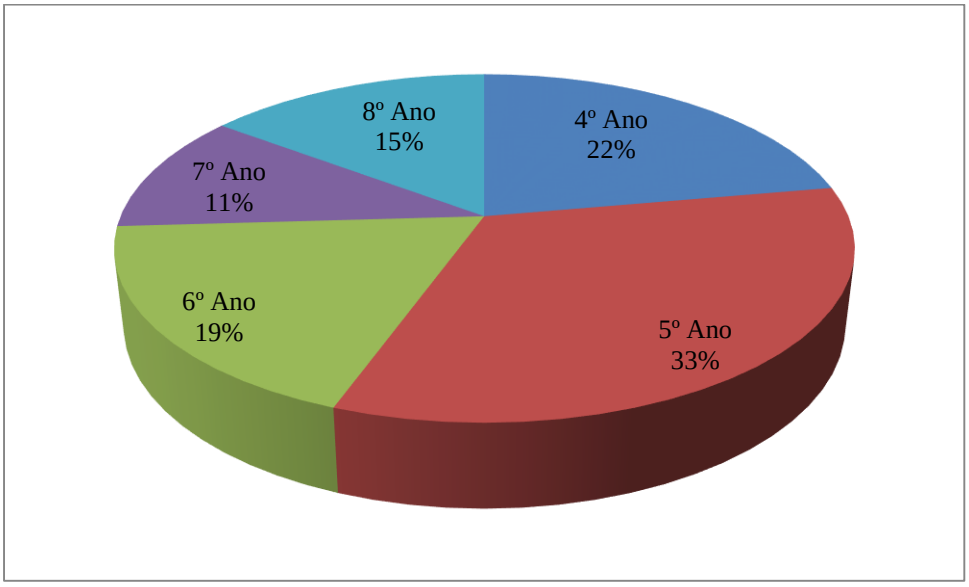
Segundo (SANTOS; PAIM, 2015) *apud* Manoel,1994 afirmam que:

> Sendo assim o ensino da educação física nesta etapa deve ser fundamentado em conceitos de uma educação voltada para a qualidade de vida. Sua proposta deve ser clara, o ensino não é para formar campeões, e sim trazer subsídios e informações para a conscientização da importância da atividade física como uma prática regular do dia-a-dia.

Por isso, é importante olhar esses jovens como jovens, respeitando suas limitações físicas porque, caso contrário, corre-se o risco de transformar algo prazeroso em obrigação e esse não é o real objetivo dessas atividades. O importante é que eles desenvolvam um senso de consciência para importância da prática esportiva, como meio para manter uma vida saudável e que os ajude na melhoria da qualidade de vida.

A segunda pergunta do questionário foi a respeito do ano escolar em que os alunos entrevistados estão estudando, a fim de que fossem identificados se todos estão devidamente matriculados e frequentam as aulas, bem como identificar se estão na etapa de formação escolar correta.

Gráfico 02: Qual o ano escolar você estuda?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

Ao analisar o Gráfico 02, pode-se perceber que os alunos com faixa etária entre 11 e 12 anos estão na idade escolar certa, o que confirma os dados do primeiro gráfico, estando frequentando as aulas do 5º e 6º ano escolar. O mesmo gráfico demonstra que os alunos que estão na faixa etária dos 13 aos 15 anos, alguns deles estão atrasados, o que é compreensível, pois são jovens que possuem uma condição social inferior e que, muitas vezes, não possuem o acompanhamento familiar devido e a real importância para os estudos.

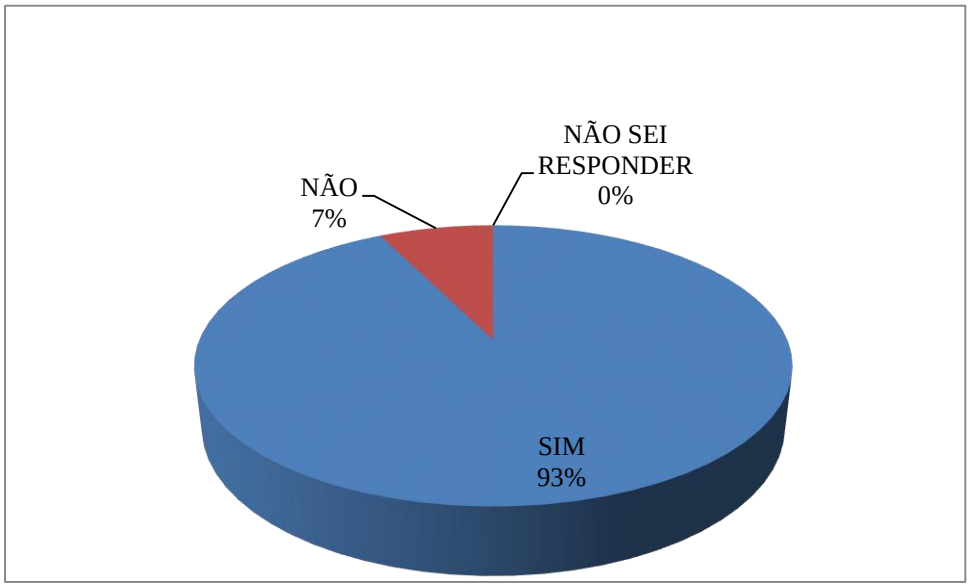
Quanto à qualidade de vida, na terceira pergunta buscou-se compreender se os alunos observaram mudança em sua vida, visto que o esporte desperta um sentido de liberdade, incluindo o desenvolvimento de sua individualidade pessoal e social e, consequentemente, certo equilíbrio emocional.

Sobre melhoria de vida por meio do esporte, Boer (2010, p. 10) afirma que:

> Quando se fala em desenvolvimento pessoal, faz-se referência à possibilidade que a prática de ocupações de lazer torna viável. Não é difícil imaginar o reflexo de tal crescimento de compreensão e, sobretudo, de melhoria da faculdade de percepção no que diz respeito ao melhor equipamento humano para responder e fazer face aos problemas teóricos e práticos que o meio ambiente impõe.

Cooperando, assim, para a formação educacional e integral da criança por meio de regras que o seu meio lhe impõe. Os esportes coletivos transmitem indiretamente a convivência com o diferente, ensinam a cooperação e a respeitar o outro desenvolvendo e incentivando o espírito de equipe, de solidariedade e de disciplina do jovem.

Gráfico 03: Você acha que houve mudança na sua vida, depois que você começou a participar da escolinha de futebol?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

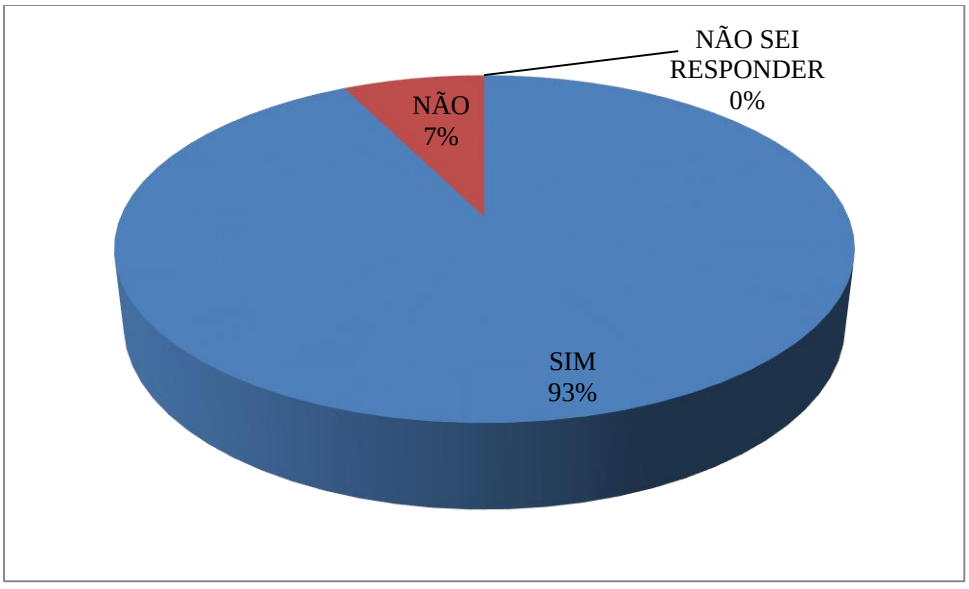
Por meio das informações do Gráfico 03, de uma forma geral, a totalidade dos jovens questionados afirma que SIM, que houve uma melhoria. Essas práticas, como hábitos de vida saudáveis, têm efeitos e benefícios na sua qualidade de vida, pois além de ser uma ótima atividade física, praticada regulamente, reduz os níveis de ansiedade e estresse aumentando, assim, o bem-estar físico e psicológico.

O esporte é um dos instrumentos fundamentais no auxílio ao processo de desenvolvimento integral dessa fase com total respeito às suas experiências e expectativas individuais que trazem consigo.

Com a presença de escolinhas de futebol, principalmente as de baixo custo num determinado espaço, direciona o interesse e o gosto do público jovem daquele meio social pela prática de esporte. Consta-se, então, que a escolinha de futebol ganha importância social e cultural a partir do seu impacto no cotidiano e de sua importância na construção de sua personalidade referente à prática de futebol.

O Gráfico 04apresenta se houve melhoria no desempenho do aluno depois de iniciar as aulas de futebol. Numa perspectiva mais abrangente, tomou-se como base a afirmação de Korsakas (2002) *apud* Brotto (2001), que entende o esporte como um fenômeno de natureza educacional.

Gráfico 04: Você melhorou o seu desempenho escolar, depois de entrar para as aulas de futebol?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

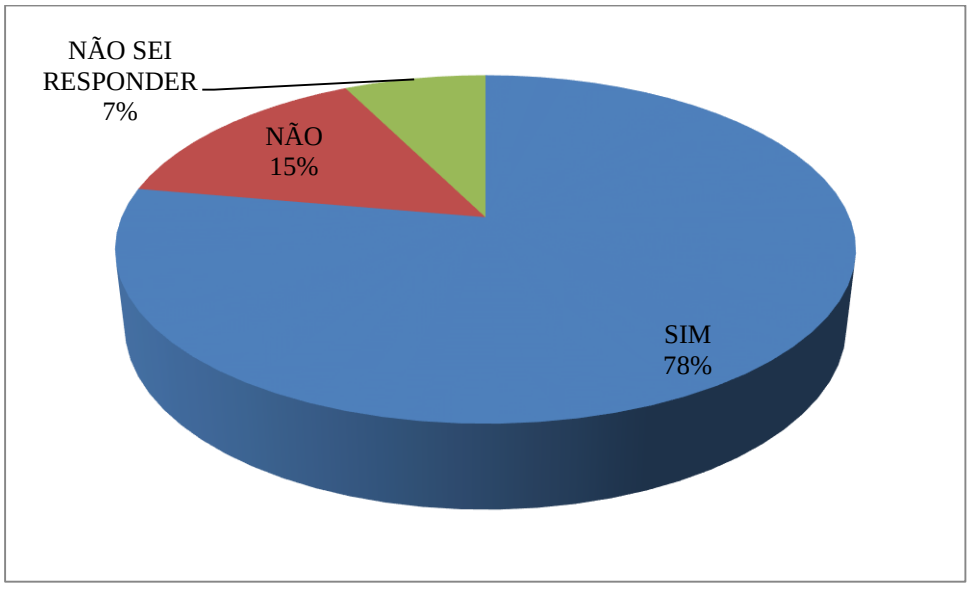
Quando praticado de forma contínua e bem direcionado, o esporte pode reforçar as habilidades físicas e cognitivas, além de ajudar a construir valores e atitudes saudáveis para a vida em sociedade (BREGOLATO, 2015). O rendimento nos estudos é notório e nas demais atividades do seu dia a dia influenciando, positivamente, na sua qualidade de vida.

De acordo com as informações do Gráfico 04, pode-se notar que uma grande parcela (93%) dos educandos percebeu uma melhoria no seu desempenho escolar, sendo que o esporte conciliado com a educação é comprovadamente um dos melhores meios para o desenvolvimento intelectual da criança.

Segundo Silvério (2015), para os de melhor rendimento abre-se uma oportunidade para melhorar o seu desempenho, pois é trabalhado melhor o desenvolvimento de suas habilidades técnicas e táticas comprovando, assim, a questão anterior com relação à melhoria de vida, de modo que, a prática de atividades esportivas, não somente educam, como também socializam e despertam habilidades até então desconhecidas possibilitando, assim, o desenvolvimento do intelecto, muitas vezes desperta a confiança que cada um deve ter na sua própria capacidade.

A quinta questão refere-se ao núcleo familiar, se ocorreram melhorias no comportamento da criança depois de sua entrada na escolinha de futebol. Assim, 78% disseram que SIM, obtiveram uma melhoria. Esses dados estão contidos no Gráfico 05.

Gráfico 05: Você teve melhorias no seu comportamento em casa, no relacionamento familiar?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

A respeito das famílias com crianças que praticam esportes, Valentin (2015) ressalta e afirma que:

> Inclusive, como exemplo de bom resultado da aplicação dos treinos, os atores sociais apontam alguns casos de crianças indisciplinadas, que desobedeciam as ordens dos pais e até que cometiam pequenas infrações, que aprenderam a respeitar a família, a

> cumprir os horários, a respeitar as regras da sociedade e até se tornaram bons cidadãos, menos violentos e mais obedientes.

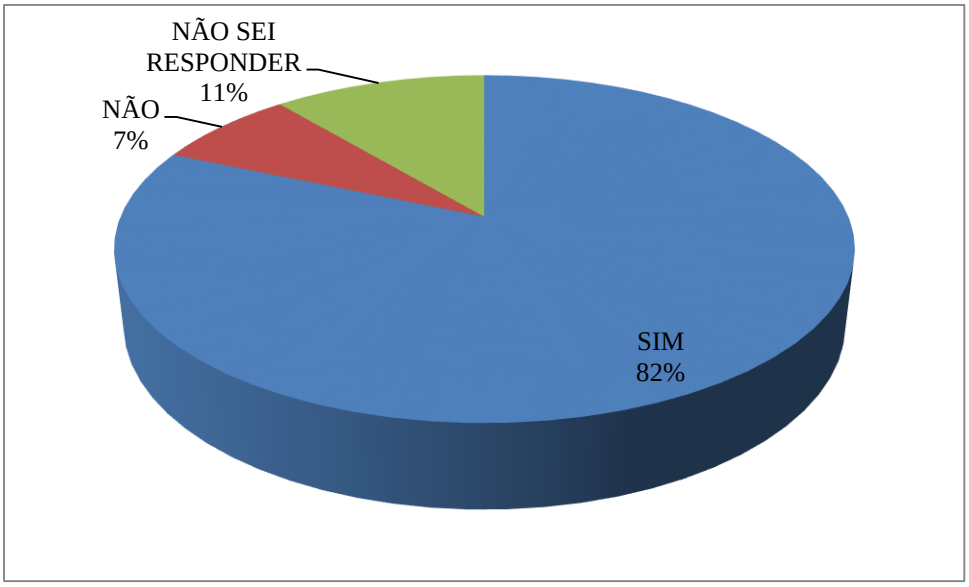
O aluno tem desenvolvimento, em todas as esferas de sua vida, sua conduta que era tida como indisciplinada e com a prática do esporte também interferiu de forma positiva no seu relacionamento familiar, visto que as perguntas anteriores comprovam essa assertiva. Com base no resultado da pesquisa, observou-se novamente que a maioria dos questionados obtiveram resultados satisfatórios após a escolinha de futebol da SERB.

Aos que responderam que NÃO, entende-se pelo fato de muitos jovens se acomodarem depois de um certo período de tempo, muitas vezes expressivos em algumas idades e também pela falta de interesse dos pais em buscar o acompanhamento de seus filhos perante a escola. São necessárias ações pedagógicas que levem o seu público a se questionar e não se acomodarem. Mesmo diante dessas divergências, está bem claro que o esporte é educativo, sendo um dos principais meio para isso.

Diante dessas informações, vemos que além desses benefícios existem outros que se consolidam, direta ou indiretamente, vistos nas questões anteriores, como o aumento do rendimento e melhoria do comportamento na escola. Não seria diferente junto à família em que é incorporado e consolidado a maioria dos valores sociais, tendo em vista que esta é a principal responsável pela proteção e garantia dos direitos fundamentais. O interessante seria se houvesse algum programa para envolver também a instituição familiar nesse processo mostrando-lhe como a criança foi se desenvolvendo com o passar do tempo e se, de fato, houve evolução.

Aos que relatam não observar melhorias no convívio familiar, deve-se ao fato do não acompanhamento da família diante das atividades da criança dentro da SERB e da própria instituição em não oferecer uma metodologia que os envolva e motive.

Gráfico 06: Você vê melhorias no seu comportamento perante a sociedade?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

Na sexta questão, como pode ser observado no Gráfico 06, perguntou-se de que maneira percebeu-se melhorias no seu comportamento perante a sociedade. Anteriormente observou-se que isso aconteceu no seu âmbito escolar e familiar, e em sua vida como indivíduo, dado que se houveram melhorias em todos esses ambientes é de se esperar que junto à sociedade também ocorresse.

Para Cunha (2015), o impacto dessas ações nesses educandos se dará ao longo do seu desenvolvimento como cidadãos críticos e coerentes em sua conduta e atitudes na sociedade em que vivem. O jovem vê-se responsável e entende seu papel de participante para a realização dos objetivos maiores da sociedade.

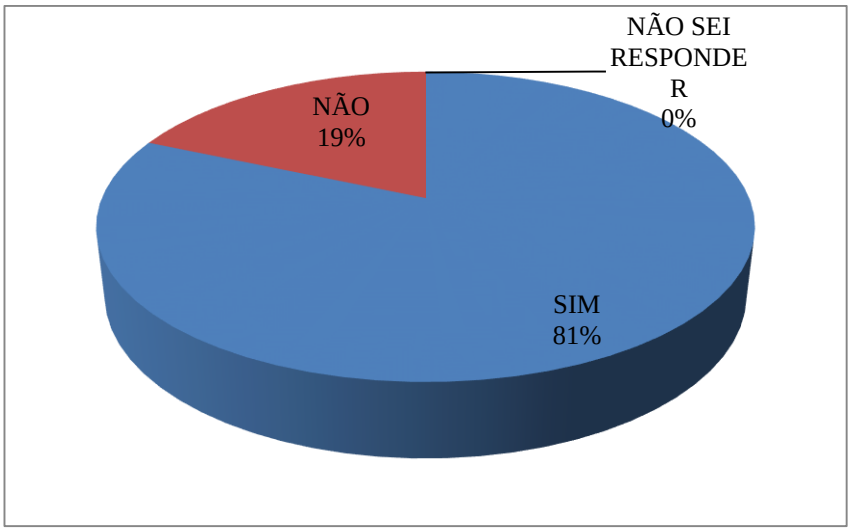
No entanto, nota-se que uma parcela mostrou que não observou nenhuma evolução no que diz respeito à sociedade e deve-se ao fato de a escolinha de futebol não motivar, por nenhum meio, a educação além dos campos de futebol.

Na pergunta de número sete, 81% dos entrevistados observaram melhorias ao incluir o jovem nessas atividades transformando-os em cidadãos participativos, integrantes e ativos na sociedade em que habita. É mostrar os caminhos, auxiliar em sua formação social, psicológica, física e política e, acima de tudo, preparar o seu bom senso para desenvolver sua capacidade de avaliar situações, e com análise crítica saber o que é certo e o que é errado.

Comprovando que a compreensão da inclusão social por meio do esporte não é um processo institucional, fechado somente naquela área do campo de futebol, mas trata-se de um

processo social em que a família, escola e projeto alcançam maiores resultados se trabalhados em harmonia.

Gráfico 07: Você percebeu alguma melhoria no relacionamento com os demais jovens?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

Segundo os dados da pesquisa, observa-se no Gráfico 07 que 81% dos jovens afirmaram que houve uma melhoria com relação ao relacionamento com os outros jovens, uma vez que contribuiu para o seu desenvolvimento mental e social. O reconhecimento de algumas regras perante um campeonato, por exemplo, o educa para um envolvimento responsável de companheirismo para trabalhar com o próximo.

No que diz respeito a atitudes de cooperação entre os colegas, afirma Santos (2015, p. 3 *apud* Voser&Giusti 2002) que:

> É por meio dessa cultura que ela descobre as possibilidades de se expressar com o seu corpo e passa a reconhecer a importância do movimento na integração e no relacionamento com seus colegas. E é por meio dessa participação social, e da cooperação com os colegas, que a criança passa a praticar princípios democráticos e uma vivencia coletiva.

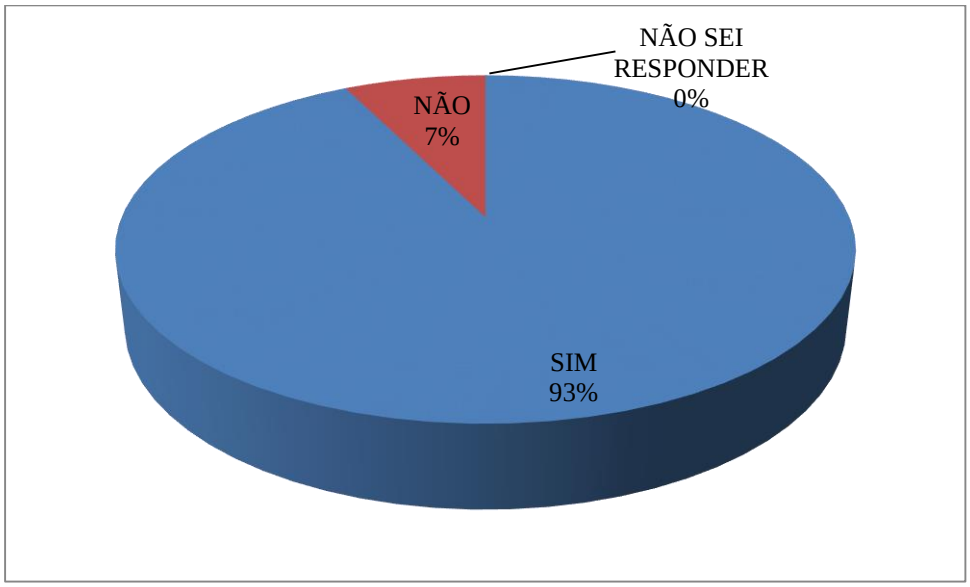
Ao impulsionar esse convívio, é proporcionado aos jovens uma oportunidade de crescimento e desenvolvimento pessoal, seja nas suas habilidades motoras, esta mostrada em campo, como também na sua percepção e relações sociais.

O esporte escolar contribui com vários aspectos do desenvolvimento, inclusive com a questão do trabalho em grupo quando não há exclusão podendo, também, trabalhar a cooperação e o companheirismo (SILVA, 2015 *apud* PEREIRA, 2004).

Sobre outro questionamento, perguntou-se se o serviço prestado da SERB através da escolinha de futebol tem mudado a vida do entrevistado. Buscou-se entender a qualidade da

prestação de serviço. Segundo os dados da pesquisa, como pode ser analisado no Gráfico 08, 93% afirmou que sim, comprovando, mais uma vez, a pergunta de número 3 deste questionário. O professor é o facilitador desse processo e é visto também como orientador de todas as atividades de campo preocupando-se em estimular uma participação maior e mais consciente dos integrantes, ou seja, dos alunos.

Gráfico 08: O serviço prestado pela Sociedade Real Brasil, através da escolinha de futebol tem mudado a sua vida?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

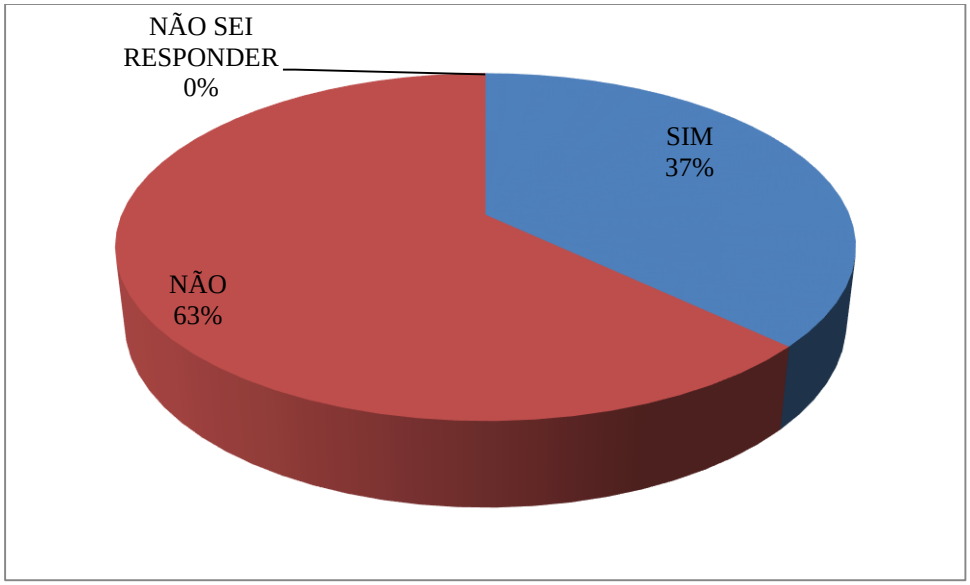
Segundo Santos(2015), este aluno, ao se identificar com o professor passa a reproduzir seus comportamentos. Deste modo, o exercício de ensinar requer uma conduta ética, bem como atuar com cuidado, empatia e profissionalismo.

Com base nas informações cedidas da nona pergunta, nota-se que 63% dos entrevistados afirmaram que não recebem acompanhamento direto em seu núcleo familiar. Esses dados podem ser analisados no Gráfico 09.

Uma vez que a maioria das pessoas atendidas são jovens em situação e risco, portanto, é necessário que estes recebam esse tipo de acompanhamento. No projeto institucional da empresa, pode-se perceber que existe a conscientização para que esse tipo de relacionamento família/empresa aconteça, segundo esta última, é feito por psicólogos e por profissionais de serviços sociais. Todavia, fora realizada visitas às famílias destas pessoas que responderam a entrevista e foi percebido durante as conversas que nenhuma das famílias recebeu ou recebe qualquer tipo acompanhamento.

Esse tipo de relacionamento é essencial para que o jovem não venha a sair do convívio seguro e sadio oferecido pela instituição, faz-se necessário que a organização tenha maior interação e relacionamento aguçado com seus clientes, visto que o serviço é prestado em sua essência para crianças, como pode ser constatado pela pesquisa.

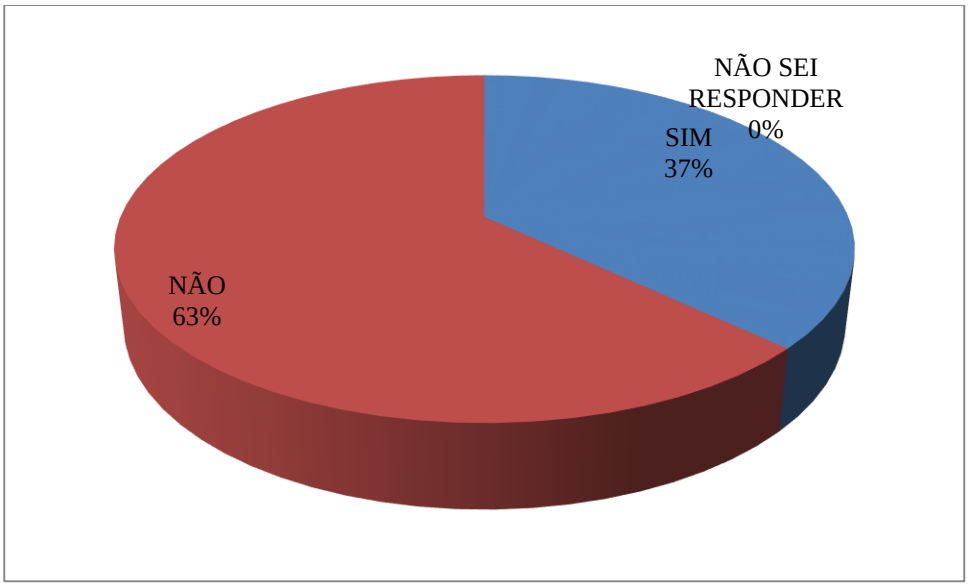
Gráfico 09: A Sociedade Esportiva Real Brasil tem feito acompanhamento junto à sua família?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

A ferramenta ideal a ser usada por essa empresa prestadora de serviços é o marketing de relacionamento, uma vez que este visa justamente fidelizar o cliente, mantê-lo por muito mais tempo na empresa. A respeito disso, Oliveira et al., (2009, p. 86) afirma que: "O marketing de relacionamento representa uma nova postura na interação entre a empresa e seus clientes. Por meio dele a empresa cria relações sólidas e duradouras com o cliente". E é justamente por relações sólidas que a organização deve buscar ter com os jovens e seus familiares, buscando parceria empresa/família para que o serviço seja mais efetivo.

Gráfico 10: A sua família acompanha e participa com você nas atividades da Sociedade Esportiva Real Brasil?



Fonte: (DADOS DA PESQUISA)

Com relação à décima pergunta, constata-se o que pode-se ver no questionamento da pergunta anterior em que 63% disse que não há nenhum acompanhamento de suas famílias na SERB, ou seja, o jovem não é acompanhado pela família e nem pela instituição. Isso é possível de ser observado no gráfico 10, em que pode-se constatar que falta ações que venham a envolver estas três esferas, fato que o jovem acaba por ficar de forma isolada nas atividades esportivas. Para que essa ação desempenhe um papel de formação pessoal deverão ser respeitadas todas as fases de seu desenvolvimento com foco nas necessidades de cada fase, em razão de que na presente pesquisa a faixa etária é de 10 a 15 anos.

Segundo Cunha (2015), essas mudanças devem ser acompanhadas, avaliadas e os resultados, tanto positivos quanto negativos, devem ser estudados e abordados com propostas de melhorias nos projetos. Se isso não ocorre não tem como se observar a evolução do jovem, sendo que deveria haver um acompanhado de perto. O referido acompanhamento das mudanças que ocorrem traziam uma interpretação do real significado da ONG perante o ciclo de vida do jovem e de sua família.

O questionário B (APÊNDICE B) fora aplicado ao professor da escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil, composto de dez perguntas abertas, possibilitando, assim, uma análise mais detalhada da prestação de serviços da instituição sob a visão de quem está à frente desse trabalho. Para preservar a imagem do monitor, este será tratado nesta análise de M1.

A primeira pergunta foi: Qual a sua formação profissional e há quanto tempo você desenvolve esse trabalho na instituição?

M1: *"Ensino superior incompleto – há 30 anos"*.

Com base na resposta do monitor, pode-se perceber que este possui alguns anos a frente da escolinha de futebol da SERB mas, no entanto, não possui uma formação acadêmica que o habilite a desenvolver tal atividade, o que interfere na obtenção de resultados significativos de melhoria, pois para desenvolver trabalhos com educação física é importante ter conhecimento específico podendo, assim, até prejudicar os alunos ao propor-lhes exercícios físicos que não correspondam com as suas capacidades.

Segundo Cunha (2015, p. 15):

> O professor tem um importante papel na mediação da relação epistemológica, ou seja, da relação da criança com o conhecimento, assim como na constituição da identidade e da autonomia da criança. O papel mediador do professor também está associado à ideia da construção em série, como orientador do planejamento pedagógico e da seleção e tratamento dos conteúdos.

O fato de M1 não possuir uma graduação, especialização ou qualquer formação que o habilite e capacite para ministrar as aulas é fator preponderante para que o ato de partilhar desse conhecimento seja deficitária prejudicando, assim, o aprendizado dos alunos. Se ele é um canal de intermediação de conhecimentos, este poderá estar apresentando deficiências no repasse das informações até o destinatário final. Vale destacar que apesar de M1 não possuir uma graduação na área, este já possui trinta anos de experiência na área, o que não pode ser desconsiderado, uma vez que o seu conhecimento empírico também contribui para que esse aprendizado aconteça.

A segunda pergunta do questionário foi: Você utiliza alguma metodologia para preparar as suas aulas e/ou segue algum roteiro, plano de ação para melhor atender esses alunos?

M1: *"Planejamentos através de vídeo, livros de educação física e de técnicas de futebol"*.

Ao analisar esse questionamento juntamente com a sua resposta, observa-se que o monitor se preocupa com a forma de partilhar esses conteúdos para seus alunos numa busca para tentar sanar as suas limitações pela ausência de uma formação em nível superior. Isso auxilia muito, ao mesmo tempo em que minimiza a falta de um profissional da área de Educação Física que trabalhe na escolinha, como foi citado anteriormente na primeira questão a importância de ter um profissional capacitado para o trabalho com os jovens.

A terceira pergunta era: Como você avalia a atuação da escolinha de futebol como meio de resgate e inclusão social dos alunos em situação de risco ou não, que são atendidos pela Sociedade Esportiva Real Brasil?

M1: "Através do relacionamento entre os próprios colegas e as atividades desenvolvidas na escolinha".

Ao examinar a resposta do monitor, é perceptível que a instituição não dispõe de nenhum instrumento de avaliação dos serviços prestados por ela, o que demonstra displicência na busca pela melhoria contínua. Ao afirmar que essa avaliação é feita pelo relacionamento entre os próprios alunos, expõe-se uma falha no processo de controle de gestão, pois os resultados desse processo tendem a não corresponder com a realidade, uma vez que esses alunos podem não responderem de maneira correta.

Sobre controle Tenório (2009, p. 23) diz:

> Esta função permite avaliar os resultados, comparando-os com o que fora inicialmente planejado. Por meio da função controle, a organização pode rever seus rumos, caso constate que os objetivos traçados não estão sendo atingidos, e iniciar uma nova etapa de planejamento.

O controle é de fundamental importância, pois serve para manter a organização e, mais especificamente, o trabalho da escolinha de futebol de acordo com os objetivos traçados anteriormente pela gestão. Mas se isso não é feito, ou é feito de maneira defeituosa, é impossível avaliar como tem sido os serviços prestados e que resultados têm dado.

Na quarta questão foi abordado: Nas aulas de futebol existe uma equipe para coordenar os trabalhos com profissionais da área de Educação Física e áreas afins, para lhe auxiliar ou é somente você que coordena e executa todos esses trabalhos?

M1: "*Não temos profissionais disponíveis na área da educação física, mas alguns voluntários, e contamos com uma equipe de cinco pessoas não provisionais, mas com experiências na área esportiva".*

Ao estudar essa questão e sua resposta, pode-se perceber como a escolinha de futebol tem carências de profissionais capacitados com uma formação superior, principalmente na área de Educação Física, o que reafirma a questão de número 1 desse questionário.

O monitor diz que tem uma equipe de cinco pessoas que o ajudam a ministrar as aulas na escolinha. Aqui é encontrado divergência de informações, pois todas as vezes que os pesquisadores desse trabalho estiveram no campo de futebol onde acontecem as aulas da SERB, não fora verificada a presença de nenhum desses colaboradores.

Com relação à importância do professor de Educação Física, Viana (2008, p. 07 *apud* Oliveira 1996) afirma:

> [...] que o professor de Educação Física seja a chave principal para que as diversas questões venham ser debatidas nas aulas, pois dependendo da sua postura, da sua visão e opinião, poderá influenciar na formação dos alunos, criando condições justas e iguais para que cada um possa se desenvolver e experimentar diversas formas de movimentos corporais, a fim de que aprendam a lidar com as diferenças, discuti-las e interpretá-las no universo das aulas.

Ao se tratar da realidade da escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil, onde são atendidos 90 alunos, não é recomendável ter somente um professor cuidando de todos, pois não tem como cuidar e dar a devida atenção que todas precisam. É compreensível essa carência, em se tratando de uma organização não governamental que, normalmente, não dispõe de recursos financeiros para contratar profissionais que na sua maioria, são voluntários. Mas a busca pela qualificação deve sempre ser prioridade para melhor atender seus alunos.

Na quinta questão a pergunta foi: Qual é a frequência das aulas de futebol oferecidas pela Sociedade Esportiva Real Brasil e seus horários?

M1: *"No campo mesmo não há frequências, pois consideramos sua frequência nas oficinas oferecidas durante a semana no projeto".*

Ao discutir e analisar esse questionamento, bem como a sua resposta, pode-se perceber que não há um controle da frequência dos alunos no campo de futebol, local onde acontecem as aulas de futebol. A justificativa é que esse controle é feito através de uma frequência para os alunos que participam de outros cursos e oficinas que são oferecidos pela Sociedade Esportiva Real Brasil, na sede da instituição. O problema de fazer esse controle somente na sede da instituição é que nem todos os que participam da escolinha frequentam outros cursos ficando, assim, de fora desse controle, e porque não desse acompanhamento.

A sexta pergunta foi: Quantos alunos frequentam as aulas da escolinha de futebol, qual a faixa etária, como são divididos e como é feito o controle desses jovens?

M1: "*90 alunos de 07 a 17 anos, os mesmos devem participar nas oficinas oferecida no reforço escolar, informática, violão, bateria, teclado, serigrafia, artesanato e teatro".*

Pode-se perceber, assim como na questão anterior, que não há um controle específico para as aulas de futebol, mas há um geral que funciona para todos os cursos, o que não abrange todos os alunos. Com relação à divisão desses alunos não ficou claro, mas é de fundamental importância que sejam recrutados em grupos por faixa etária, o que facilitaria o desenvolvimento do trabalho.

Com relação a isso, Moreira (2015, p. 40 *apud* Dietrich 1984) afirma que "[...] observando os alunos praticando o jogo fora das aulas de Educação Física analisou-se que os mesmos aprendem jogando livremente, construindo seu próprio jogo de acordo com as capacidades de sua faixa etária". É muito importante que esses jovens sejam divididos de acordo com a sua idade para que assim seja feito o trabalho de acordo com as características físicas e comportamentais que é própria de cada idade.

A sétima pergunta foi: A escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil faz um acompanhamento desses alunos junto às suas famílias, para identificar e acompanhar as mudanças e melhorias na vida desses jovens e de suas famílias? Se a resposta for sim, conte-nos como esse processo é feito.

M1: "*No momento não, mas já realizamos este acompanhamento com profissionais voluntários".*

Ao analisar essa pergunta com sua resposta pode-se perceber dois pontos importantes: o primeiro é a tentativa em realizar um acompanhamento mais próximo com as famílias dos alunos no intuito de alargar o seu atendimento; e o segundo é que nem sempre isso é possível devido à realidade do terceiro setor que conta com voluntários que dificilmente estão disponíveis e a falta de recursos financeiros para contratar profissionais qualificados que fiquem na organização em tempo integral.

Segundo Cazzolato (2015, p. 12):

> As organizações não-governamentais são, na realidade, uma alternativa na geração de empregos e capacitação profissional (IBGE, 2004). Elas atingem níveis da sociedade que o Estado não conseguiria, devido à sua forma generalizada de atuação. As ONG's alcançam regiões e comunidades que, muitas vezes, não teriam outra forma de sobrevivência se não fossem os trabalhos voluntários e filantrópicos.

O fato de não ter como manter colaboradores remunerados, além de ser característica das organizações do terceiro setor, também prejudica o andamento e desenvolvimentos dos serviços prestados, pois aqueles que o fazem de maneira voluntária muitas vezes acabam saindo por conseguirem um trabalho remunerado ou por qualquer outro motivo de força maior.

A oitava pergunta foi: Sabemos que o desempenho escolar do aluno é reflexo da mudança comportamental e de suas influências sofridas. Com base nisso, como a escolinha de futebol age para acompanhar o aluno junto à escola e para saber se está tendo melhoria no seu comportamento e aprendizado? Esse acompanhamento é feito? Em caso positivo, conte-nos como ele é realizado.

M1: "*Através de boletim escolar".*

Ao discutir essa resposta, foi possível constatar um esforço por parte da Sociedade Esportiva Real Brasil em acompanhar os seus alunos através do acompanhamento de suas notas através do boletim escolar. Esta iniciativa mostra que toda a preocupação da instituição em desenvolver um trabalho sério e que busca resultados, mas que fica comprometida, assim como se pode constatar na questão anterior por falta de colaboradores para desenvolver todo esse trabalho.

Na nona questão foi questionado: Além dos conhecimentos e práticas específicas do futebol que são ensinados aos alunos, existe algum trabalho ou ação (palestra, curso, dinâmicas, formações, etc...) para formar nesses jovens uma consciência cidadã?

M1: "*Sim. As palestras são constantes com diversidades de temas, cursos já citados na resposta 06 e a participação em caminhadas e palestras em conferências".*

Pode-se analisar como algo importante essas ações que o monitor destaca que a escolinha desenvolve, pois isso contribui para a formação da consciência cidadã desses jovens que muito mais do que aprender a jogar futebol devem aprender a ser cidadãos conscientes dos seus direitos e deveres. Isso é uma das principais atribuições das organizações do terceiro setor.

Essas organizações têm um papel fundamental na formação da consciência dos que participam e utilizam seus serviços. Sobre isso, Perez (2015, p. 56 *apud* Bernardo Sá, 1996 44-45) afirma que "[...] a missão, portanto, das ONGs, é extremamente valiosa para a democratização do poder, para a distribuição dos bens da vida, para a construção da cidadania". Estas organizações devem se preocupar com essa formação da consciência cidadã como forma de produzir esse fruto para a sociedade.

Na décima questão questionou-se: Como é feita a prospecção dos alunos para a escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil? Existe alguma ação promocional para mantê-los?

M1: "*Através dos pais e das crianças e adolescentes que procuram a entidade sabendo que são oferecidas oficinas no projeto e é notório que muitas crianças participam do projeto através da escolinha de futebol e depois descobrem que não é sua aptidão e o mesmo prefere ficar nas oficinas que lhe interessa".*

Para melhor análise da pergunta, é preciso entender o significado da palavra prospecção. Segundo Candeloro (2015), "A palavra 'prospectar' vem de fazer pesquisas numa mina ou jazida de minérios para determinar seu valor". Assim, note-se que não existe

prospecção, pois neste processo é a empresa que busca o cliente no mercado e não o processo inverso, como ocorre na organização.

A prospecção pode ajudar a empresa a conquistar os clientes de que ela necessita, uma vez que este processo contribui para a retenção dos clientes potencias, ou seja, daqueles que têm maiores chances de dar retorno à empresa. Sobre isso, Candeloro (2015) afirma que: "Prospectar é fundamental para qualquer empresa que quer crescer. Afinal de contas, não existe coisa mais triste em Vendas do que ter um bom produto ou serviço, um preço competitivo e a maioria dos seus potenciais clientes nem saber que você existe". Com isso, conclui-se que a prospecção de novos é falha, pois como se percebe não cumpre com sua essência fundamental que é a atração de clientes com potencial de retorno elevado.

O terceiro instrumento de coleta de dados a ser analisado é o roteiro de entrevista com as famílias, sendo esta estruturada de tal forma que as informações que são de caráter subjetivo e muito pessoal no intuito de extrair dessas famílias as respostas e informações que são importantes para o desenvolvimento deste trabalho de modo que somem com as respostas dos alunos.

Foram feitas cinco perguntas a 26 famílias dos alunos, do total de 27 jovens do questionário A (APÊNDICE A), sendo que dois deles eram irmãos. As entrevistas foram realizadas em suas residências, de forma aberta, onde se avaliou a prestação de serviço da SERB e como esta atua junto à família.

A primeira pergunta era referente à quantidade de pessoas da família que participam das ações da SERB e há quanto tempo faziam parte. A maioria respondeu que só um dos filhos frequenta as aulas de futebol, com exceção de uma família na qual dois dos filhos participava. Com relação ao tempo de atividades dentro da ONG, percebeu-se que muitos têm a média de dois anos enquanto membro desta.

Vemos que não há desistência dos alunos em curto tempo com relação à escolinha de futebol pelo fato de muitos estarem nela por diversão ou hobby. Levando em consideração esse tipo de prática, assevera Araújo (2015, p. 1) que:

> Muitos praticam dentre outros fatores, como simples meio de lazer ou recreação, alguns como promoção da saúde e muitos, principalmente crianças e adolescentes, com perspectivas de se tornarem profissionais bem sucedidos e a partir daí, obterem estabilidade financeira e reconhecimento.

Constata-se, então, que os jovens têm expectativas com relação ao futuro no futebol. Todos os pais relataram que após o início das práticas esportivas o filho joga diariamente em

campinhos informais de seus próprios bairros e são, de fato, ativos nos dias em que a SERB marca suas aulas. O futebol é algo prático e de fácil adaptação por parte dos jovens.

O segundo questionamento foi sobre a escolaridade dos pais dos alunos, percebeu-se que todos tinham somente o ensino fundamental completo, caracterizando um perfil comum das famílias brasileiras, sendo um desafio para o ensino do Brasil, pois muitas são as causas da evasão escolar, como por exemplo, as condições socioeconômicas, culturais e também a baixa qualidade de ensino das escolas.

Segundo Fornari (2010), de maneira geral, o fracasso escolar é percebido a partir de duas abordagens: dos fatores externos à escola ou de fatores internos a ela. Todas essas causas são elementos impostos pela família do aluno que depende muito da escolaridade dos pais, pois isso acaba por ser motivo para desmotiva-los. Devido aos pais terem pouca escolaridade, percebeu-se que há esse desinteresse de acompanhar o filho em suas atividades esportivas, e também escolares.

A terceira pergunta questionou se os pais conseguiam perceber melhorias comportamentais depois que passaram a frequentar os serviços da SERB. As respostas foram claras e pode-se observar que não houve melhorias da parte do jovem que continuou da mesma forma como entrou.

Segundo Moraes (2015, p. 5 *apud* Viana & Lovisolo, 2011):

> A procura do esporte pelos membros das classes populares, como um meio de elevação social, especialmente por aqueles que são residentes em comunidades violentas, pode representar uma forma de auto realização e de superação da condição de não ter direitos de cidadania plena.

O jovem busca por meio esporte um modo de socializar-se, desse modo, conseguir atingir valores que eles mesmos buscam, como participar de um grupo social, ter aquele ciclo de amizades com meninos da sua faixa etária, todos esses fatores que são pertinentes para vencer os problemas que a pobreza lhe impõe.

No quarto questionamento abordou-se se, de alguma forma, a família recebe assistência, seja ela de cunho social, psicológica, financeira ou jurídica. Com respostas unânimes verificou-se que não existe nenhum tipo apoio dado e que as únicas visitas referentes à SERB foram as dos pesquisadores deste trabalho.

O certo seria vincular essa participação da família e da ONG para o processo de formação, habilidades e desenvolvimento dos jovens. Segundo Cunha (2015, p. 13), "verifica-se que em sua grande maioria, as família não possuem recursos financeiros para o

desenvolvimento de habilidades em entidades desportivas particulares que facilitem sua inclusão social.

Na quinta e última pergunta, buscou-se conhecer a renda familiar das famílias em pesquisa. Todos responderam que recebem, no máximo um salário mínimo. Esse fato está ligado à pouca escolaridade dos pais, muitos dos trabalhos dos responsáveis pelas famílias em pesquisa são informais, os mais comuns são: pedreiro e doméstica.

Segundo o censo, o IBGE de 2010 registrou que mais de 115 milhões de brasileiros, quase 60% da população, vive com menos de um salário mínimo de renda mensal per capita, todos que trabalham nunca fizeram nenhum tipo de curso profissional. Quanto ao vínculo empregatício, muitos começaram a trabalhar desde cedo, uma vez que confirma o fato deles não terem concluído os estudos regularmente, pois era preciso trabalhar para o sustento de suas famílias.

O Brasil é considerado um dos países com maior desigualdade social no mundo, a base de dados do PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano) mostra que o este país é o décimo no *ranking* da desigualdade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresentou conceitos bibliográficos acerca do tema estudado, bem como discutiu as referências teóricas de autores consagrados e pesquisadores sobre a prestação de serviços no terceiro setor e suas contribuições para a melhoria de vida dos jovens que são atendidos por ela com um enfoque na utilização da prática esportiva do futebol como fator de inclusão social dos participantes.

Utilizou-se o estudo de caso na instituição Sociedade Esportiva Real Brasil como parâmetro para chegar às respostas e alcançar os objetivos que foram propostos no projeto de pesquisa.

A hipótese levantada para este estudo foi se as aulas de futebol oferecidas pela organização do terceiro setor contribuem para a retirada dos jovens das situações de risco, e se há uma melhoria de vida significativa para os jovens incluídos nesse projeto.

No desenvolvimento da pesquisa pode-se constatar que a hipótese, neste caso específico, foi negada, pois houve divergências nas respostas dos questionários dos alunos e do professor e na entrevista das famílias. O que se pode constatar foi que os jovens ficam a mercê ou vulneráveis a quaisquer riscos, pois não há uma quantidade de colaboradores suficientes para acompanha-los dentro e fora da escolinha de futebol garantindo, assim, que eles estejam salvaguardados e formados não somente para o esporte, mas também para a vida.

O objetivo geral dessa pesquisa fora analisar a prestação de serviços da oficina de futebol oferecida pela SERB, bem como as suas contribuições na vida de seus atendidos. Esse objetivo foi alcançado com sucesso, pois pode-se perceber através dos questionários abertos e fechados aplicados aos alunos e professor, bem como a entrevista destinada às famílias que é possível chegar à uma conclusão em relação ao trabalho que vem sendo desenvolvido pela SERB há trinta anos na cidade de Chapadinha.

Quanto aos objetivos específicos, que tiveram como desafio identificar a metodologia que é utilizada na escolinha, os serviços promocionais na contribuição de melhoria na ONG, os serviços que contribuem para a permanência desses clientes e a contribuição desse serviço para a melhoria de vida desses jovens, foram todos atingidos, uma vez que pode-se mergulhar no interior da instituição e na realidade dos jovens e de suas famílias conseguindo extrair as informações que contribuíram para o conhecimento de causa com propriedade do assunto obtendo, assim, esse encontro de dados que permitiu um resultado contundente para este trabalho.

No entanto, ao analisar os objetivos específicos que nortearam essa pesquisa, constatou-se que algumas informações não estão de acordo com o que deveria acontecer dentro de uma organização, seja ela do terceiro setor ou não. A primeira questão tange a utilização ou não de metodologia para o ato de ministrar aulas de futebol dentro da organização. É perceptível que não há uma metodologia padrão para a docência na escolinha. Um dos fatores que contribuem negativamente para essa deficiência na prestação de serviços é a ausência de profissionais da área de Educação Física que possuem o conhecimento necessário para desempenhar este trabalho.

Outro ponto observado é que existe apenas um professor para monitorar cerca de noventa crianças dos 07 aos 17 anos de idade, sendo que este não possui a devida formação para esta função. Sabe-se que isso se deve à falta de recursos financeiros que é uma realidade sempre presente nas organizações não-governamentais.

Sugere-se, então, que seja desenvolvida uma metodologia apropriada para o trabalho com esses jovens proporcionando, assim, uma prestação de serviços mais qualificada. Para a carência de professores de Educação Física e demais profissionais da área seria interessante a parceria com instituições de ensino superior que ofereçam os cursos de graduação como forma de estágios para os acadêmicos em formação que em contra partida prestariam o serviço sem nenhum investimento financeiro por parte da escolinha de futebol.

Ao analisar a situação dos serviços promocionais dentro da instituição e, por conseguinte, da escolinha de futebol da instituição estudada, constatou-se que não existe nenhuma ação que promova a instituição nos meios de comunicação ou a divulgação das atividades desenvolvidas pela organização como forma de contribuição para a ONG.

A sugestão para solucionar esse gargalo na organização seria promover ações de divulgação utilizando, assim, as ferramentas de marketing existentes na administração como fator de maximização em atingir o seu público alvo. Essas ações consistem em utilização das mídias sociais de divulgação nos meios de comunicação através de palestras nas escolas onde se concentra a maior parte do seu público alvo.

Com relação ao esforço e ação para a permanência dos alunos na organização, fazendo uma relação com o marketing promocional, é notável que não exista uma ação para que esses clientes permaneçam frequentando as aulas de futebol da escolinha, uma vez que não exista também sequer frequência como forma de controle e avaliação de como tudo está acontecendo. Os alunos permanecem na escolinha muito mais por gostarem da prática esportiva e por terem um lugar para jogarem futebol, do que pelos benefícios oferecidos pela instituição.

Investir no marketing promocional e buscar formas de incentivar os alunos a permanecerem nas aulas é o que se pode sugerir para a melhoria desse ponto fraco para a instituição e o serviço prestado. Poderiam realizar avaliações em que se escolheriam os alunos destaques oferecendo prêmios e outros benefícios como incentivo para a permanência destes na SERB. É importante ressaltar que o serviço é um bem intangível e como tal é mais difícil de ser percebido, ou até mesmo divulgado. Se a instituição não atentar para isso pode-se perder algumas vantagens tanto em quantidade com a desistência dos alunos quanto com o marketing negativo por parte dos que saem.

Ao aplicar as entrevistas às famílias, foi possível perceber com o relato deles, e até mesmo nas respostas dos questionários no que diz respeito ao acompanhamento das famílias por parte da instituição, tanto no dos alunos quanto no do professor, que não existe um acompanhamento dessas famílias, como forma de buscar a melhoria de vida de seus membros, abrangendo assim os serviços prestados. Quando os pesquisadores chegavam às casas e se apresentavam, muitos ficavam surpresos por nunca terem sido visitados por alguém da instituição, configurando assim não haver uma relação com essas famílias, mas sim um trabalho isolado com os jovens.

Dentro do marketing de serviços obter o retorno dos serviços prestados é imprescindível para alcançar a melhoria contínua. Não se sabe o que os clientes pensam ou desejam, não tem como avaliar se a organização está ou não no caminho certo. A sugestão seria realizar visitas periódicas a essas famílias promovendo, assim, constantes reuniões e momentos em que trouxessem para a instituição a família e o jovem para serem formados. Isso ajudaria a aplicar instrumentos de avaliação dos serviços prestados e serviria para ter um retorno de como está a visibilidade da instituição perante a sociedade e seus clientes, bem como os traria para acompanhar os alunos nas atividades que eles frequentam.

Durante a pesquisa identificou-se que a instituição não dispõe da utilização das funções gerencias para a execução de suas ações. Com isso a organização acaba por demonstrar fragilidades quanto à qualidade na prestação dos serviços e compromete todo o andamento e sobrevivência desta. Ao perceber essa lacuna, fica claro o porquê de muitas estratégias dentro da organização não apresentarem resultados satisfatórios. A falta de planejamento, organização, direção e controle, pode ser fator preponderante para o fracasso de qualquer organização, ainda mais sendo do terceiro setor.

Faz-se imprescindível contar com profissionais da área de Administração para ajudarem, através da consultoria, a organização a alcançar a melhoria contínua na prestação dos

serviços oferecidos à sociedade. Uma solução para suprir esse déficit é a instituição poderia firmar parcerias com as instituições de ensino superior que oferecem graduação na área, para receber os acadêmicos como estagiários ou consultores juniores, para que prestem seus serviços em troca de certificação extracurriculares, não tendo a organização não governamental que fazer nenhum investimento financeiro, obtendo serviços de qualidade.

Com toda a discussão dos assuntos pesquisados pode-se perceber que os serviços prestados na organização estudada, através da escolinha de futebol, não conseguem alcançar os objetivos que se propõe por não haver uma boa estrutura e por existirem diversos gargalos que impedem o cumprimento das metas. Tal situação deve-se ao fato de haver certa carência financeira e dificuldades que são inerentes a toda as organizações não-governamentais.

Vale ressaltar que com o conhecimento e aplicação das funções gerenciais da Administração tudo isso pode ser resolvido. Deve-se lançar mão de uma boa gestão de pessoas no recrutamento e seleção de colaboradores, uma boa gestão financeira trabalhando em parceria com o planejamento para angariar recursos financeiros e uma gestão que busque a melhoria contínua através do planejar, organizar, dirigir e controlar contribuindo, assim, diretamente para o sucesso da organização.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Maria Salete Fábio. **Inclusão social e municipalização**. Programa de Pós Graduação em Educação, UNESP-Marília, 2000. Disponível em: < cape.edunet.sp.gov.br/textos/textos/10.doc>. Acesso em: 11 set. 2015

ARAÚJO, David Marcos Emérito de; Ferreira, Marcus Vinicius Nascimento; Soares, Willker Rangell. **Expectativas de crianças e adolescentes que frequentam escolinhas de futebol**. Disponível em: <http://www.ufpi.br/subsiteFiles/def/arquivos/files/EXPECTATIVAS%20DE%20CRIANAS%20E%20ADOLESCENTES%20QUE%20FREQUENTAM%20ESCOLINHAS%20DE%20FUTEBOL.pdf> .Acesso em: 16 set 2015.

BARBOSA, Maria Nazaré Lins; OLIVEIRA, Carolina Felippe de. **Manual de ONGs Guia Prático de Orientação Jurídica.**5 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BERNARDI, Dayse C. F.; **Cada caso é um caso: estudos de caso, projetos de atendimento**. 1 ed. São Paulo: Associação Fazendo História: NECA – Associação dos Pesquisadores de Núcleos de Estudos e Pesquisas sobre a Criança e o Adolescente, 2010. (Coleção Abrigos em Movimento). Disponível em: < http://www.fazendohistoria.org.br/downloads/5_cada_casa_e_um_caso.pdf> Acesso em: 25 ago. 2015.

BENTO, Greici Daiana. **Contabilidade e gestão no terceiro setor**: um estudo bibliométrico em periódicos nacionais. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis). 77p. Florianópolis. UFSC, 2010;

BORBA, Andreilcy Alvino; LIMA, Herlander Mata. **Exclusão e inclusão social nas sociedades modernas**: um olhar sobre a situação em Portugal e na União Europeia. São Paulo, n. 106, p. 219-240, abr./jun. 2011. Disponível em: < http://www.scielo.br/pdf/sssoc/n106/n106a03.pdf> . Acesso em: 23 ago 2015.

BOER, Alessandro. **A importância do esporte escolar na socialização de crianças do 3º ano ao 6º ano do ensino fundamental na cidade de Bagé**: Processo de mudança de atitude. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9790.htm>. Acesso em: 9. out. 2015.

BRACHT, Valter. **Esporte na escola e esporte de rendimento**. Movimento, Porto Alegre, v. 6, n. 12, p. 14-24, 2000/1. Disponível em: < http://www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/viewFile/2504/1148> . Acesso em: 02 nov. 2015.

BREGOLATO, Roseli Aparecida. **Cultura corporal do esporte**. 2 ed. São Paulo. Ícone,2007. Disponível em: < www.seer.furg.br/redsis/article/download/2766/1548> . Acesso em: 16 ago. 2015.

CARRIO, Rosinha Machado. **Organizações privadas sem fins lucrativos**: a participação do mercado no terceiro setor. Tempo Social, São Paulo, v.12, n.02, p.19, nov. 2000;

CALDERON, Helena; **Inclusão social**. VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, 28-31 Oct. 2003. Panamá, 2003. Disponível em: http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0047349.pdf> . Acesso em: 10 out. 2015.

CANDELORO, Raul. **Prospecção**: como conquistar novos clientes. Disponível em:<http://www.vendamais.com.br/prospeccao-de-clientes-como-conquistar-novos-clientes/>
Acesso em 10 de nov. 2015.

CAZZOLATO, Nara Katsurayama. **As Dificuldades de Gestão das Organizações Não Governamentais**. Dissertação (Mestrado em Administração). 66p. São Paulo. UMESP, 2008;

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Censo Demográfico 2010. **Resultados Preliminares do Universo**. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Brasília, 2011. Disponível em: < http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default_resultados_universo.shtm> Acesso em: 9 nov. 2015.

CILLO, Eduardo Neves P. de. **Análise do Comportamento e Esporte.** USP/ PUC Minas, 2002. Disponível em:< http://abpmc.org.br/arquivos/publicacoes/140536866221af9267.pdf> Acesso em: 18 set 2015.

CRUZ, Gilvan Oliveira da; ARRUDA, Aparecida Luvizotto Medina Martins. **Inclusão Social: Um olhar no sistema sociocultural e educacional.** Revista Eletrônica Saberes da Educação; v. 5, nº 1, 2014. Disponível em:< http://docplayer.com.br/7371930-Inclusao-social-um-olhar-no-sistema-sociocultural-e-educacional.html> . Acesso em: 11 ago. 2015.

CUNHA, Beatriz Zacchi da; **A inclusão da criança em projetos sociais de educação pelo esporte.**Florianópolis, 2007. Disponível: < https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/123456789/39/monografia%20beatriz%20cunha.pdf?sequence=3> . Acesso em: 12 out 2015.

FLORENTINO, José; SALDANHA, Ricardo Pedrozo. **Esporte, educação e inclusão social: reflexões sobre a prática pedagógica em Educação Física.** Revista Digital - Buenos Aires - Ano 12, n. 112 - Setembro de 2007. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd112/esporte-educacao-e-inclusao-social.htm> . Acesso em: 22 ago. 2015.

FORNARI, Liamara Teresinha. **Reflexões acerca da reprovação e evasão escolar e os determinantes do capital**. REP - Revista Espaço Pedagógico, v. 17, n. 1, Passo Fundo, p. 112-124, jan./jun. 2010. Disponível em: <http://www.upf.br/seer/index.php/rep/article/view/2027>. Acesso: 26 out. 2015.

GABATZ, Celso; **Reflexões sobre exclusão e vulnerabilidade social no Brasil contemporâneo.** Sociedade em Debate, 21(1): 33-49, 2015. Disponível em:< http://revistas.ucpel.tche.br/index.php/rsd/article/view/1004> . Acesso: 18 ago. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Frederico Lima; CHAVES, Fernando Edi; Vogt, Rudiard Anderson Dörr; NOLL, Matias; **A iniciação esportiva no basquetebol**. Revista Digital. Buenos Aires, Ano 15, n. 148, Set. 2010. Disponível em: < http://multimidia.curitiba.pr.gov.br/2015/00162760.pdf>. Acesso em: 7 nov. 2015.

GODOI, A. T., VALENTE, A. C., DE SOUSA, F. V., & DOS SANTOS, S. G. (2009). **A utilização da qualidade no marketing empresarial**. LINS SP. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/48838.pdf>. Acesso em: 18 de novembro de 2015.

HOFFMAN, K. D.; BATESON, J. E., & IKEDA, A. A.**Princípios de Marketing de Servingiços**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

KORSAKAS, Paula; ROSE JUNIOR, Dante de; **Os encontros e desencontros entre esporte e educação**: uma discussão filosófico-pedagógica. Rev. Mackenzie – Ed. Física e Esporte. 2002.

KOTLER, P., & KELLER, K. L. **Administração de marketing**.São Paulo: Pearson prentice hall, 2006.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**.São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2011;

MORAES, Flávia; **Desenvolvimento humano e inclusão social através do esporte, cultura, turismo e lazer.** 5º Congresso Nacional do PDT. Assembleia Legislativa, Porto Alegre – RS, 2011. Disponível em: < http://www.pdt.org.br/uploads/file/8esporte.pdf> . Acesso em: 01 set 2015.

MOREIRA, Camila Mieli; PEREIRA, Juliana Martins**. O ensino do conteúdo esporte na escola: o olhar dos professores iniciantes e professores experientes**. São Paulo, 2008. Disponível em:< http://www.eefe.ufscar.br/upload/2.pdf> . Acesso em: 23 out. 2015.

MOREIRA, R. F. **Estratégias de Marketing para Academias de Ginástica**.Fortaleza: Faculdade Sete de Setembro, 2009.

OLIVEIRA, Júlio César Barbosa de; FILHO, José Nunes da Silva; ELICKER, Eliane. **Esporte**: um meio de socializar e educar crianças. ILES/ULBRA-PVH/RO; Mestrado em Saúde Coletiva. EFDeportes.com. Revista Digital. Buenos Aires - Ano 19 –n. 193, Jun. de 2014. Disponível em: < http://www.efdeportes.com/efd193/esporte-um-meio-de-socializar-e-educar.htm> . Acesso em: 01 de ago. 2015.

Oliveira, E. G de., Marcondes, K. d., Malere, E. P., & Galvão, H. M. (2009). **Marketing de serviços: relacionamento com o cliente e estratégias para a fidelização.** Revista de Administração da Fatea, , 79-93.

PEREZ, Olívia Cristina. **ONGs e governo**: um estudo sobre as organizações não-governamentais que trabalham com meninos (as) de rua no centro de São Paulo e as relações com a administração municipal. Dissertação (Mestrado em Sociologia). 207p. São Paulo – USP, 2005.

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC. **A Inclusão Social e Sua Estratégia**.
Disponível em: <http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/11420/11420_4.PDF>
Acesso em: 1 nov. 2015.

RESENDE, Tomáz de Aquino. **Terceiro Setor, ONGs e Institutos**.
Disponível em: <http://www.fundata.org.br>
Acesso em: 3 out. 2015.

RIBEIRO, Priscila Teixeira; **Processos de socialização da criança: algumas considerações teóricas.** 9º Simpósio de Ensino de Graduação, 2011. Disponível em:< http://www.unimep.br/phpg/mostraacademica/anais/9mostra/4/551.pdf>. Acesso em: 15 ou. 2015.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010;

RODRIGUES, Claudia; FREITAS, Alexandre; MACEDO, Mauro. **A prática da natação como melhora na socialização em crianças de 12 a 14 anos**. Rev. Meta Science. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em:< http://www.metaproducoes.com.br/artigoseaferj/artigo01.pdf> Acesso em: 17 set. 2015.

SALAMON, Lester. **A Emergência do Terceiro Setor: – uma revolução associativa global.** Rev. de Adm. São Paulo v.33, n.01, p.06, janeiro/março 1998.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SANTOS, Thiago Nascimento dos; PAIM, Maria Cristina Chimelo. **Docência em educação física nos anos finais: relato de experiência.** II Seminário internacional de educação profissional do instituto federal farroupilha "construindo caminhos possíveis para uma educação de qualidade". Santa Maria/RS, 2015. Disponível em:< http://sistemas.iffarroupilha.edu.br/anais-mobrec-2015/pages/trabalhos/trabalhos/Thiago%20Nascimento%20dos%20Santos.pdf> .Acesso em: 15 set. 2015.

SILVA, Eliete Antonia da; OLIVEIRA, Ilze Arduini de Araújo. **Inclusão escolar uma possibilidade ou uma utopia**. Universidade Federal de Uberlândia. 2007. Disponível em: < http://www.simposioestadopoliticas.ufu.br/imagens/anais/pdf/BP07.pdf> . Acesso em: 03 set. 2015.

SILVÉRIO, Karine Medeiros da Silva. **Educação física escolar: o esporte como conteúdo pedagógico do ensino fundamental.** Criciúma, 2010. Disponível em:< http://www.bib.unesc.net/biblioteca/sumario/000042/00004237.pdf> Acesso em: 19 out. 2015.

SORJ, Bernardo; Biblioteca Virtual Marian e Arthur Edelstein. **Sociedades Civis e Relações Norte-Sul**: ONGs e Dependência. WorkingPaper, 2005.

TENÓRIO, Fernando G. **Gestão de ONGs Principais Funções Gerenciais**. 11 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

VALENTIN, Renato Beschizza; COELHO, Marilia; **Sobre as escolinhas de futebol: processo civilizador e práticas pedagógicas.** Motriz, Rio Claro, v.11 n.3 p.185-197, set./dez. 2005. Disponível em:< http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/11n3/12VBR.pdf> Acesso em: 01 nov. 2015.

VIANA, Aline Edwiges dos S. **Futebol: das questões de gênero à prática pedagógica**. Rev.UNICAMP, Campinas, v. 06, p. 07, Jul. 2008. Disponível em: < periodicos.bc.unicamp.br/ojs/index.php/.../5555>. Acesso em: 18 ago. 2015.

VIANNA, José Antonio; LOVISOLO, Hugo Rodolfo. **A inclusão social através do esporte**: a percepção dos educadores. Rev. bras. educ. fís. Esporte, v.25 n.2, São Paulo Apr./June 2011. Disponível em:< http://dx.doi.org/10.1590/S1807-55092011000200010> . Acesso em: 01 out. 2015.

ZEITHAML, V. A. **Marketing de serviços a empresa com fokmaco no cliente**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Questionário A – Alunos

1) Qual a sua idade?

2) Qual o ano escolar você estuda?

3) Você acha que houve mudança na sua vida, depois que você começou a participar da escolinha de futebol?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

4) Você melhorou o seu desempenho escolar, depois de entrar para as aulas de futebol?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

5) Você teve melhorias no seu comportamento em casa, no relacionamento familiar?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

6) Você vê melhorias no seu comportamento perante a sociedade?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

7) Você percebeu alguma melhoria no relacionamento com os demais jovens?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

8) O serviço prestado pela Sociedade Esportiva Real Brasil, através da escolinha de futebol tem mudado a sua vida?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

9) A Sociedade Esportiva Real Brasil tem feito acompanhamento junto à sua família?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

10) A sua família acompanha e participa com você nas atividades da Sociedade Esportiva Real Brasil?

   ( ) SIM ( ) NÃO ( ) NÃO SEI RESPONDER

APÊNDICE B - Questionário B – Monitor

1) Qual a sua formação profissional e quanto tempo você desenvolve esse trabalho na instituição?

_____
_____

2) Você utiliza alguma metodologia para preparar as suas aulas e/ou segue algum roteiro, plano de ação para melhor atender esses alunos?

_____
_____

3) Como você avalia a atuação da escolinha de futebol, como meio de resgate e inclusão social dos alunos em situação de risco ou não, que são atendidos pela Sociedade Esportiva Real Brasil?

_____
_____

4) Nas aulas de futebol, existe uma equipe para coordenar os trabalhos com profissionais da área de Educação Física e áreas afins, para lhe auxiliar ou é somente você que coordena e executa todos esses trabalhos?

_____
_____

5) Qual é a Frequência das aulas de futebol oferecidas pela Sociedade Esportiva Real Brasil e seus horários?

_____
_____

6) Quantos alunos frequentam as aulas da escolinha de futebol, qual a faixa etária, como são divididos e como é feito o controle desses jovens?

_____
_____

7) A escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil, faz um acompanhamento desses alunos junto as suas famílias, para identificar e acompanhar as mudanças e melhorias na vida desses jovens e de suas famílias? Se a resposta for sim, conte-nos como esse processo é feito.

_____
_____

8) Sabemos que o desempenho escolar do aluno é reflexo da mudança comportamental e de suas influências sofridas. Com base nisso, como a escolinha de futebol faz para acompanhar o aluno junto a escola, e para saber se está tendo melhoria no seu

comportamento e aprendizado? Esse acompanhamento é feito? Se sim, conte-nos como ele é realizado.

_____

_____

9) Além dos conhecimentos e práticas específicas do futebol que são ensinados aos alunos, existe algum trabalho ou ação (palestra, curso, dinâmicas, formações, etc...) para formar nesses jovens uma consciência cidadã?

_____

_____

10) Como é feita a prospecção dos alunos para a escolinha de futebol da Sociedade Esportiva Real Brasil? Existe alguma ação promocional para mantê-los?

_____

_____

APÊNDICE C – Roteiro de entrevista - Famílias

1) Quantas pessoas da família participam das ações da SERB? E a quanto tempo?
2) Qual o nível de escolaridade dos pais?
3) Você consegue perceber melhorias comportamentais depois que passaram a frequentar os serviços da SERB?
4) Recebe alguma assistência social, psicológica, financeira ou jurídica da SERB?
5) Qual a sua renda familiar?
   ( ) Menos de 1 salário mínimo
   ( ) Até 1 salário mínimo
   ( ) Mais de um salário mínimo

APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar, como voluntário, da pesquisa: "UM ESTUDO DE CASO NA SOCIEDADE ESPORTIVA REAL BRASIL SOBRE A MELHORIA DE VIDA DOS JOVENS ATRAVÉS DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DO TERCEIRO SETOR, COM ENFOQUE NA ESCOLINHA DE FUTEBOL", no caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador ou com a instituição.

PESQUISADORES RESPONSÁVEIS: Marcos Vinicius Sousa, Raíza F. M. Reinaldo e Wellyngton da Silva Costa.

ENDEREÇO: Rua Sebastião Almeida, 1452 - Centro, Chapadinha - MA, 65500-000

TELEFONE: (98) 3471-1955

ORIENTADORA: Elisangela Maria Fernandes Albuquerque

OBJETIVOS: Analisar a prestação de serviços da oficina de futebol oferecida pela SERB, bem como as suas contribuições na vida de seus atendidos.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO: Aplicar questionários sobre a prestação de serviços da oficina de futebol oferecida pela SERB, e entrevistas com os alunos e suas as famílias sobre as contribuições socioeconômicas, culturais e educativas.

RISCOS E DESCONFORTOS: Não se faz presente qualquer risco na realização do trabalho

BENEFÍCIOS: A pesquisa irá trazer um conhecimento abrangente de como as ações da SERB influenciam a vida de seus alunos por meio da escolinha de futebol, e de suas contribuições na vida familiar e social.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE: Não haverá nenhum gasto com sua participação (entrevista, sessão de estudos). Você não receberá nenhum pagamento com a sua participação.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA: Garantia de sigilo que assegure a privacidade dos sujeitos quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa, os dados não serão divulgados, somente o nome da organização pesquisada.

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO

Eu, _____, declaro que li as informações contidas nesse documento, fui devidamente informado pelos pesquisadores Marcos Vinicius Sousa, Raíza F. M. Reinaldo e Wellyngton da Silva Costa **sobre os objetivos, procedimentos do estudo que serão utilizados, os riscos e desconfortos, os benefícios, que não haverá custos/reembolsos aos participantes, da confidencialidade da pesquisa, concordando ainda em participar da pesquisa.**

Chapadinha-MA, 27 de Outubro de 2015.

_____

(Assinatura)