

# RESPONSABILIDADE SOCIAL EM CONFEDERAÇÕES ESPORTIVAS BRASILEIRAS

Fernanda Rosalini Quadrado, Bruno Eduardo Knies, Luiza Gremelmaier Rosa,  
Mariana Klauck Beirith, Gabriel Henrique Treter Gonçalves

## Introdução

A ideia de Responsabilidade Social Corporativa parte do princípio de que as empresas são responsáveis por gerar impactos na sociedade, portanto têm o dever de contribuir para um desenvolvimento equitativo e diminuir seus danos (Borges & Santos, 2024). As organizações esportivas, com sua influência na sociedade, também são responsáveis pela manutenção e melhora no bem-estar da sociedade como um todo (Teixeira, 2017; Ribeiro, 2021).

## Objetivos

Mapear as ações de Responsabilidade Social de Confederações Esportivas Brasileiras.

## Método

- Estudo descritivo-exploratório;
- Análise documental - Documentos disponíveis nos sites oficiais;
- Método de amostragem *Snowball*;
- Formulário on-line - Microsoft Excel - Análise de frequências.

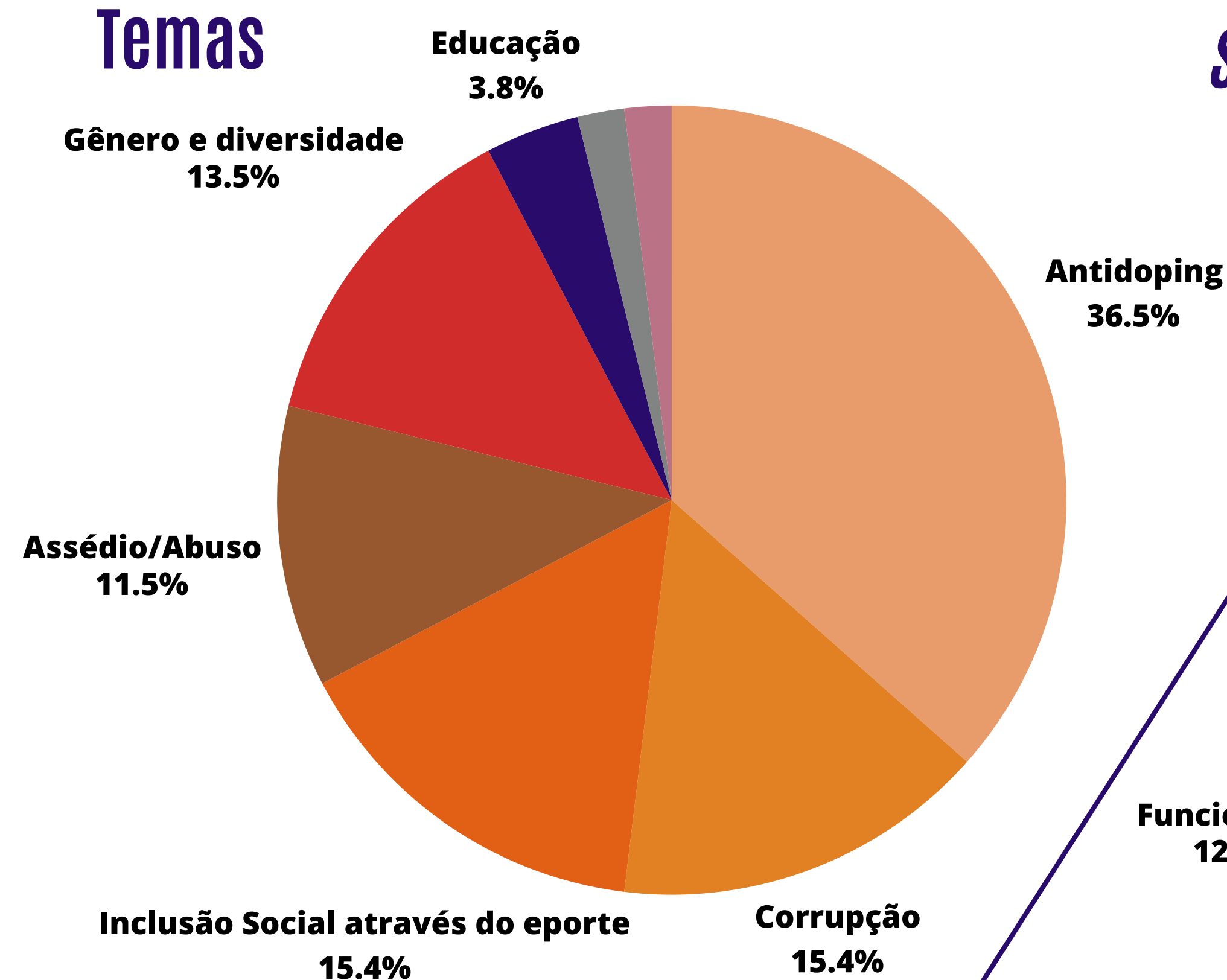
Descrever:

- temas abordados;
- *stakeholders* impactados;
- mecanismos de monitoramento;
- formas de comunicação;
- suporte oferecido para a execução dessas ações.

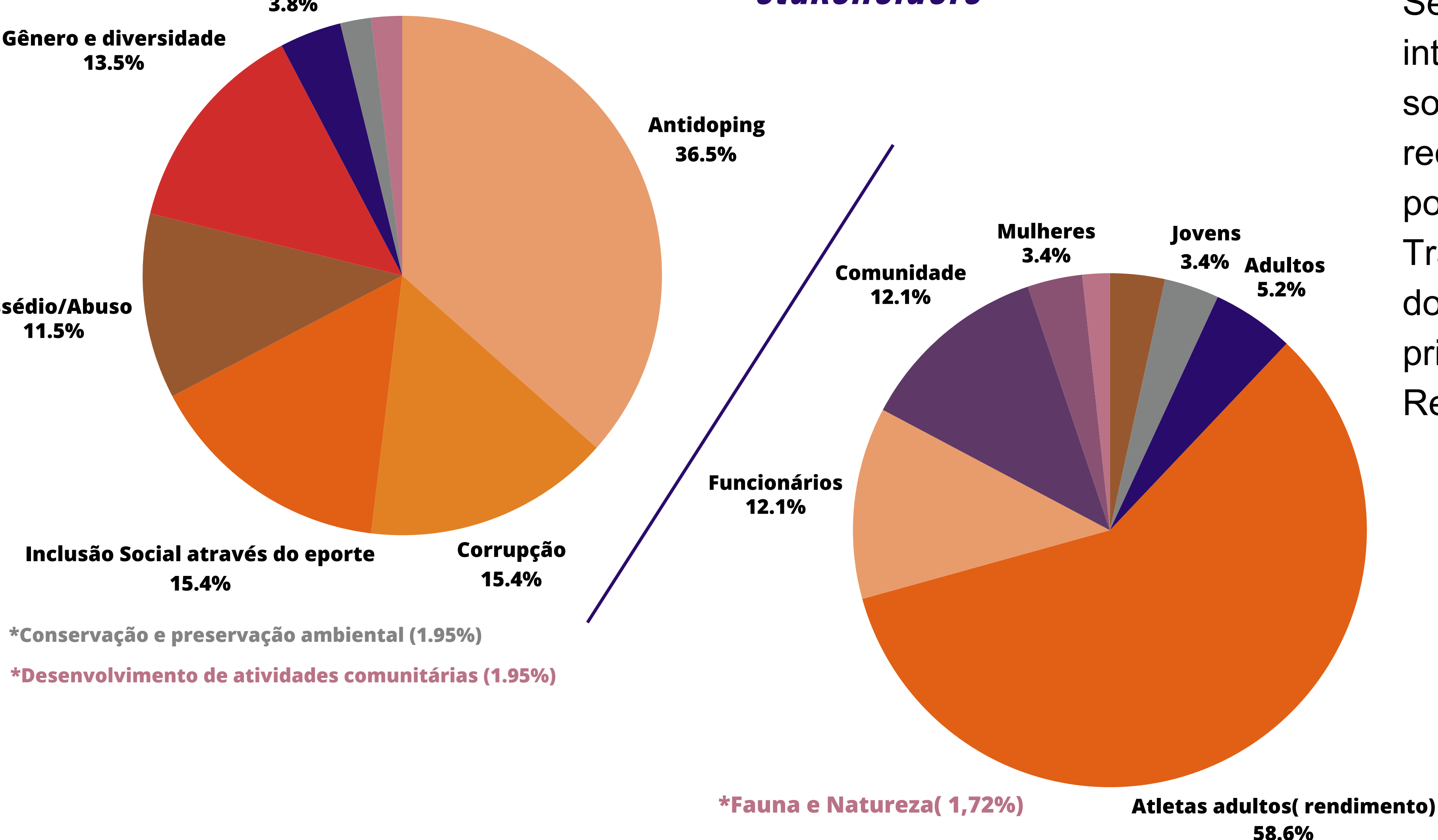
## Resultados

Foram analisadas 52 Confederações e dentre essas foram identificadas 53 ações de Responsabilidade Social, sendo que 25 Confederações (48,1%) possuem ao menos uma ação e 27 (51,9%) nenhuma. Os principais tema das ações foram Antidoping (36,5%), Corrupção (15,4%), Inclusão Social (15,4%) e Gênero e Diversidade (13,5%). Os principais stakeholders afetados foram Atletas Adultos (58,6%), Colaboradores da organização (12,1%), Comunidade (12,1%) e Mulheres (3,4%). A maioria das ações (74,1%) não possui informações sobre financiamento, mas quando informado Patrocinadores (14,8%) e Entidades Esportivas (11,1%) foram aquelas mais frequentes. Além disso, 83,1% das ações não apresentam indicadores de monitoramento. Aquelas que apresentam índices de monitoramento, fazem referência à captação de recursos, adesão do público-alvo aos projetos e impactos nos stakeholders.

### Temas



### Stakeholders



## Implicações

As Confederações, como representantes do esporte e da comunidade esportiva como um todo, têm um relevante papel dentro da sociedade. Posto isto, é importante que promovam o espírito esportivo e condutas éticas, servindo de exemplo para federações, clubes e associações esportivas filiadas. A partir dos resultados apresentados, é fundamental que gestores de organizações esportivas tenham a preocupação com a Responsabilidade Social, indo além do que é exigido por lei ou como condição para o recebimento de recursos públicos. Buscando ainda, diversificar o tema das ações e os stakeholders afetados, sempre considerando suas finalidades primárias, diminuindo cada vez mais os eventuais impactos negativos de suas operações na sociedade e beneficiando a comunidade esportiva.

## Confederações filiadas ao COB



## Considerações Finais

Conclui-se que as ações de Responsabilidade Social são relevantes para a sociedade e o esporte como um todo, entretanto ainda pode-se incrementar a quantidade de ações dentro das Confederações, visto que 51,9% delas ainda não possuem ou não comunicam suas ações. Deve-se refletir acerca dos temas das ações mais frequentes, como as de Antidopagem e Corrupção, que afetam principalmente os membros afiliados, sendo eles atletas e funcionários da organização, respectivamente. O esporte presume e depende de justiça e igualdade de condições. Nas suas ausências, toda a cadeia de *stakeholders* é afetada e o próprio esporte é impactado negativamente.

Sendo assim, as ações de Responsabilidade Social no esporte são de interesse para as Confederações, pois diminuem os seus impactos na sociedade, beneficiam a comunidade, promovem visibilidade e reconhecimento. Ademais, programas e prêmios têm influenciado positivamente as instituições, como o Programa Gestão, Ética e Transparência (GET), Prêmio Sou do Esporte e Prêmio Rating Integra do Instituto Ethos – os dois últimos distinguem instituições que adotam princípios de boa governança - dentre os itens avaliados está a Responsabilidade Social, gerando reconhecimento e visibilidade.

## REFERÊNCIAS

- Borges, M. S., & Santos, L. de O. (2024). Corporate Social Responsibility: Bibliometric analysis of scientific production in the first two decades of the 21st century. In SciELO Preprints.
- Ribeiro, E. M.S. (2021). Serviço Social e Responsabilidade Social: práticas, contributos e percepções. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Mestrado em Serviço Social.
- Silveira, J. (2013). Considerações sobre o Esporte e o Lazer. LICERE - Revista Do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer, 16(1).
- Teixeira, S. (2017). Gestão das Organizações. 3ª ed. Lisboa: Escolar Editora.