

JOGOS DIGITAIS E A GESTÃO DO ESPORTE: O CASO FOOTBALL MANAGER¹

Alan Queiroz da Costa²

Ary José Rocco Jr³

RESUMO

Este artigo pretende debater a influência dos Jogos Digitais e sua relação com os avanços da Indústria do Esporte. Discutiremos pesquisas realizadas sobre o tema na área das Ciências do Esporte e a necessidade de seu aprofundamento. Utilizaremos o caso do jogo Football Manager como instrumento de gestão do futebol e suas contribuições para o aprendizado de competências para profissionais de Educação Física e gestores do esporte.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão do Esporte; Jogos Digitais; Simulação.

INTRODUÇÃO

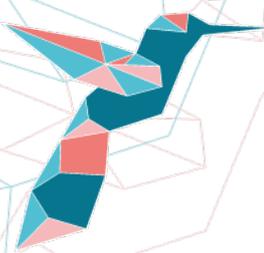
Nas últimas três décadas, estamos assistindo ao vertiginoso crescimento da chamada Indústria do Esporte. Os negócios relacionados às atividades esportivas têm gerado um aumento do interesse da população mundial nas atividades esportivas, seja como possibilidade de lazer, ou como possibilidade de consumo dos seus produtos, quase sempre ligados ao entretenimento. O crescimento desse mercado tem despertado o interesse das mais variadas áreas e profissionais e a Gestão do Esporte tem demandado especialistas que conheçam a arte da administração aliada às especificidades do esporte.

Assim como no esporte, o mercado de Jogos Digitais (JDs) também tem mostrado sua força, possibilitando sua inserção nos mais variados campos, inclusive aqueles ligados ao Esporte. A realidade e qualidade nos gráficos e simulações tem feito com que a vida real se misture com aquela vivida no JDs e, da mesma forma que no esporte, exige que os profissionais estejam atualizados e entendam todo esse processo de virtualização.

¹ O presente trabalho (não) contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

² Núcleo de Apoio à Pesquisa das Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação - NAP Escola do Futuro/USP, Escola de Comunicação e Artes / Universidade de São Paulo, Secretaria Municipal de Esportes, Lazer e Recreação de São Paulo / PMSP.

³ Escola de Educação Física e Esportes da Universidade de São Paulo (EEFE/USP)



Com isso, o presente artigo pretende provocar o debate a respeito das influências dos JDs sobre todos esse movimento, destacando as pesquisas realizadas sobre essa temática na área das Ciências do Esporte e a necessidade de seu aprofundamento frente às realidades já comprovadas no mundo dos esportes. Para isso utilizaremos o caso do jogo *Football Manager* como instrumento de gestão do futebol e as possíveis contribuições que os JDs tem a oferecer como possibilidades de aprendizagem de competências e habilidades para atuais e futuros profissionais de Educação Física e gestores do esporte.

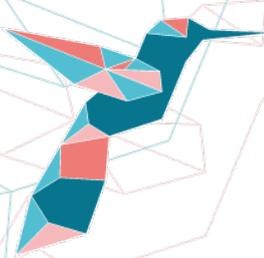
GESTÃO DO ESPORTE E ESTRATÉGIA

O esporte vem ganhando cada vez mais importância na sociedade contemporânea, com um número cada vez maior de praticantes e, também, de consumidores e admiradores (MARONI et al., 2010). O crescimento do esporte em suas várias vertentes tem provocado um aumento da necessidade de desenvolvimento da Gestão do Esporte, conceito que envolve a aplicação de fundamentos das teorias gerais da administração ao esporte e aos seus diferentes papéis observados na sociedade atual. Seu estudo engloba conhecimentos multidisciplinares e passou a ser divulgado com maior consistência a partir dos anos sessenta do século passado (BASTOS, 2004).

A importância da gestão no esporte é citada por diversos autores em seus estudos, entre eles Lobato e Vitorino (1997). Os autores afirmam que o extenso âmbito de ações abrangidas pela administração e a complexidade das organizações esportivas demanda um trabalho administrativo satisfatoriamente implantado e efetivamente conduzido, que permitirá a estas organizações esportivas a solução de grande parte dos seus problemas, assegurando o alcance de seus objetivos. Já Testa (2009) constata que o negócio esportivo é um grande alavancador de riquezas nesse século, mas precisa ser gerenciado profissionalmente, tanto pelo setor público como pelo setor privado, que deveriam ter motivação estratégica.

Outro fator que demonstra a importância da gestão do esporte é a evolução do esporte brasileiro em termos de produção. Dados divulgados pelo IBGE demonstram que o PIB brasileiro teve em média, entre os anos de 2000 a 2010, um crescimento de 3,2% ao ano. Enquanto isso, o PIB do esporte nacional cresceu 6,2 % anualmente movimentando valores de R\$ 78,6 bilhões no ano de 2010 (SPITZ, 2012).

A estrutura de uma organização, que é a soma total dos meios utilizados para dividir o trabalho em tarefas distintas e, em seguida, assegurar a necessária coordenação entre as



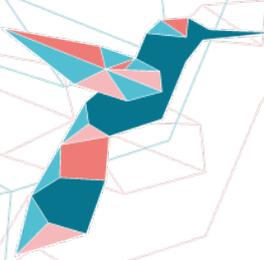
mesmas para que, assim, a missão e os objetivos da organização sejam atingidos (SLACK, 1997). Portanto, para que as organizações desenvolvam sua gestão de forma organizada e obtenham sucesso é necessário que se tenha bem definido seu planejamento estratégico. O planejamento estratégico deve servir como base para que a estrutura organizacional seja capaz de oferecer condições para que as funções de uma boa gestão sejam desempenhadas com o máximo de produtividade, eficiência e resultados positivos.

O planejamento estratégico é o processo gerencial no qual a organização irá estabelecer um conjunto de ações estruturadas, baseada em suas diretrizes e nos fatores internos e externos à empresa, na perspectiva de atingir seus objetivos a médio e longo prazo. Pires (2003) considera o planejamento estratégico como um processo de longo prazo que possui o objetivo de identificar um conjunto de ações e optar por aquelas que serão estratégicas e que irão dar à determinada organização as melhores oportunidades de cumprir com os objetivos anteriormente definidos por uma gestão. Portanto, podemos concluir que tanto o desenvolvimento de estruturas capazes de proporcionar eficiência como a realização de planejamentos estratégicos passa a ser primordiais para qualquer organização esportiva.

Com o crescimento da chamada Indústria do Esporte, novas estratégias estão surgindo para melhor aproveitamento, por parte das empresas que investem no setor esportivo, de todos os recursos financeiros e potenciais consumidores que esse universo oferece. A gestão do esporte, antes realizada de forma amadora, passou a se profissionalizar e a demandar dos seus atores a aplicação de metodologias ou práticas que levem as organizações esportivas àquilo que é o cerne do papel do gestor do esporte: o equilíbrio entre os resultados econômico, financeiro e esportivo das entidades que administram.

A partir da década de 1990, com o aprofundamento da globalização, o desenvolvimento tecnológico e a unificação dos mercados, os principais clubes de futebol do planeta transformaram-se em verdadeiras empresas multinacionais. Suas marcas passaram a ser trabalhadas globalmente e as receitas financeiras oriundas dos sistemas midiáticos cresceram de forma exponencial. Todos esses fatores, aliados ao desenvolvimento da tecnologia, passaram a demandar, por parte dessas agremiações, um sistema de gestão extremamente profissional.

A gestão da prática do esporte, antes associada aos limites e fronteiras nacionais, passou a ter uma dimensão global. A base do esporte, anteriormente alicerçada nas seleções nacionais, começou a ser determinada pelo desenvolvimento e crescimento dos principais



clubes do mundo. O futebol, antes um produto simbolicamente do Estado, passou rapidamente no imaginário dos seus adeptos e profissionais a ser um produto regido pelas leis e regulamentos do mercado global. O desenvolvimento das estratégias de comunicação organizacional para o esporte, como a comunicação mercadológica de produtos e eventos esportivos, é fruto desse processo.

Com isso, a cultura das diferentes nacionalidades, que até então norteava a prática do esporte, passou, mesmo que de forma inconsciente, a ser moldada dentro de uma estrutura empresarial. Os principais clubes do mundo, formados por atletas de diversas nacionalidades, começaram a perceber que o desenvolvimento de uma gestão estratégica dos seus negócios, com a criação de uma identidade calcada em valores próprios das agremiações, em geral, resultava em excelentes resultados nas competições esportivas.

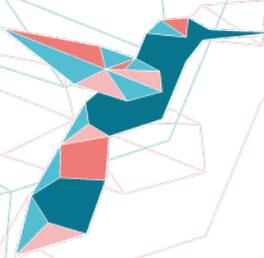
A gestão esportiva, para ser eficaz e eficiente, deve, em sua essência, equilibrar os resultados econômico, financeiro e esportivo das agremiações gerenciadas. A gestão, quando pensada estrategicamente, pode, ao mesmo tempo, contribuir para a melhoria da performance esportiva e ajudar na administração de um clube esportivo, melhorando o posicionamento de sua marca no mercado, colaborando, com isso, para a excelência também dos resultados econômico e financeiro da entidade.

Na Europa, onde a prática da gestão do esporte encontra-se em um momento mais avançado do que no Brasil, o desenvolvimento de um planejamento estratégico adequado de um clube esportivo começa no projeto de gerenciamento de seus atletas e de tudo aquilo que envolve os demais *stakeholders* da agremiação.

JOGOS DIGITAIS E PESQUISA

Assim como a indústria do esporte teve um crescimento vertiginoso, o negócio dos Jogos Digitais (JDs) tem seguido o mesmo caminho com o aumento constante de consumidores e toda uma rede de produção. Como importante constatação desse fato podemos considerar o seu grande impacto na cultura contemporânea influenciando diversos mercados econômicos.

A recente pesquisa sobre o Mapeamento da Indústria Brasileira e Global de Jogos Digitais conduzida pela Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo (FUSP) financiada



pelo Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)⁴ traz dados sobre a o mercado mundial de jogos digitais que movimentou, em 2011, US\$74 bilhões, e as previsões indicam que deverá ultrapassar US\$82 bilhões em 2015. No Brasil, o SEBRAE⁵ indicou que o país é o quarto maior mercado do mundo no segmento de jogos digitais, com 35 milhões de usuários e movimentou R\$ 5,3 bilhões em 2012.

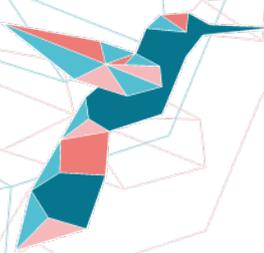
Além da movimentação financeira, a importância dos JDs também pode ser considerada representativa nos estudos e pesquisas, sendo tema de referência em diversas áreas. Colaboram com essa constatação os artigos da pesquisadora Letícia Perani. A autora faz um panorama das pesquisas sobre JDs no Brasil, analisando os trabalhos apresentados no no VI Simpósio Brasileiro de Jogos para Computador e Entretenimento Digital - SBGames de 2007, discutindo teorias adotadas e os assuntos abordados nesse campo (PERANI, 2008). Perani destaca o surgimento dessas pesquisas ainda nos anos 1980, referindo-se ao artigo do pesquisador norueguês Espen Aarseth de 2001 como o marco zero dos *game studies*⁶. Também é destacado pela autora o início de pesquisas no campo das ciências da Comunicação em contraponto à hegemonia do campo da Educação e o surgimento de diversos grupos e projetos de pesquisa no Brasil, acompanhando uma tendência mundial.

Complementando esse estudo, Perani (2014) faz uma ótima retrospectiva histórica a respeito dos *game studies* no cenário comunicacional brasileiro, citando que essa temática aparece desde a década de 90, mas apresenta dados referentes a um aumento no número de pesquisas sobre o tema nas últimas edições do Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós, considerado como um dos principais congressos da área. De cinquenta artigos apresentados no período de 2009 a 2013, somente nove traziam os “games” como temática ou objeto de estudo, e desses, cinco foram

⁴ Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/seminario_ma peamento_industria_games042014_Relatorio_Final.pdf Acesso em: 06 março 2015.

⁵ Disponível em: <http://www.sebrae2014.com.br/Sebrae2014/Alertas/Brasil-tem-o-maior-mercado-de-games-no-mundo-em-2012#.VOYSrYHF84Q> Acesso em: 06 março 2015.

⁶ Segundo a autora, esse campo iniciou com a publicação da revista eletrônica *Game Studies* (<http://www.gamestudies.org>), o primeiro congresso científico internacional da área e as primeiras disciplinas sobre jogos eletrônicos em cursos de graduação que surgiram neste período..



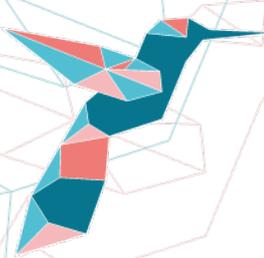
apresentados na edição de 2013, portanto um aumento de mais da metade de todos os artigos em apenas uma edição do evento em relação aos anos anteriores.

Destacamos na pesquisa de Perani (2014) sua constatação em relação aos objetos dessas pesquisas realizadas com a temática dos JDs. Em sua maioria, os trabalhos refletem sobre hipóteses, exemplos e uso dos JDs para subsidiar outros tópicos de interesse das áreas de estudos dos pesquisadores e não uma abordagem dos JDs como objetos comunicacionais. A hipótese da autora é a de que, além de ser uma área relativamente nova, as temáticas ainda estão “fortemente vinculados às áreas de origem de seus pesquisadores (em especial, a Comunicação e a Educação), o que torna estes jogos meros objetos de análise para fundamentar questões teóricas destes campos” (PERANI, 2014, p. 3).

Buscando informações, também sobre pesquisas relativas aos JDs, agora na área das Ciências do Esporte e tomando por referência o principal evento da área, o Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte - CONBRACE organizado pelo Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte - CBCE, temos o trabalho de Azevedo, Costa e Pires (2008) cujo objetivo foi identificar as tendências dos estudos por conta do aniversário de 10 anos do Grupo Temático de Trabalho 2 - Comunicação e Mídia do referido congresso. No período estudado foi constatada a quantidade de 135 trabalhos até 2007. Nesse período a temática dos JDs não aparece dentre os temas da Educação Física apontados, porém, ampliando o leque que abrangência e fazendo uma busca simplificada nos últimos três CONBRACEs com as palavras-chave “jogos digitais, jogos eletrônicos e videogames”, notamos que esse assunto já aparece (no título ou implícito nos resumos), coincidindo com os apontamentos feitos por Perani (2014).

De 2009 a 2013 foram apresentados 112 trabalhos sendo nove deles com a temática dos JDs. Temos ciência de que a pesquisa sobre JDs vem aumentando na área das Ciências do Esporte, apesar de não ser esse o resultado do levantamento feito no CONBRACE, mas os objetivos dessas pesquisas e as temáticas abordadas vem a reboque dos assuntos de interesse dos pesquisadores assim como destacado por Perani (2014) na área da Comunicação.

Perani (2014) propõe o entendimento dos *games* em busca de contribuições de seu estudo para a área da Comunicação e da Cibercultura. Assim como a autora, entendemos que os JDs por si só constituem um meio de comunicação e, seja por sua capacidade de envolvimento e interesse sócio-econômico, político e cultural, pela criação de mercados ou suas narrativas, já desperta o interesse em diversas disciplinas da área de Comunicação, e



também pode ser estudado em sua complexidade e características específicas também nas Ciências do Esporte.

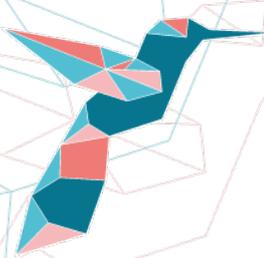
GESTÃO, SIMULAÇÃO E ESTRATÉGIA NOS JOGOS DIGITAIS DE ESPORTES

Quando pensarmos em JDs, independentemente do gênero, invariavelmente seremos levados a questões como superar obstáculos, tarefas, desafios em busca de determinados objetivos, portanto, o jogador necessitará elaborar estratégias para atingir suas metas. Assim como Perani (2008, 2014), Azevedo (2012) fez um levantamento histórico e epistemológico dos *games studies* e trouxe uma aprofundada análise dos seus gêneros interativos, deixando claro que existe uma infinidade de classificações e categorizações, destacando a importância desses trabalhos, uma vez que essa especificidade é que trará algo de relevante e específico para a pesquisa.

Dentre os autores estudados por Azevedo (2012), diversos deles destacam a “simulação” como característica comum dos JDs. O autor sintetiza essa característica como “elementos que procuram ter similaridade com a realidade” (Azevedo, 2012, p. 50). Cruz Junior (2012) também chega à essa característica, porém fazendo uma “interlocução entre a noção de videogame e as teorias clássicas do jogo” a partir dos estudos do ludologista Jasper Jull, argumentado “a estrutura dos jogos digitais é sustentada por dois pilares: a simulação e a representação” (CRUZ Jr, 2012, p. 153).

Dentre os jogos desse tipo sempre encontramos títulos relacionados a administração e gerência, como a série “The Sims”, onde o jogador cria e controla a vida de pessoas virtuais (os Sims), “Mall Tycoon” para gerenciar um shopping ou o jogo “SimCity” onde é necessário gerenciar uma cidade inteira. No esporte não é diferente. Nos jogos de modalidades esportivas, o jogador pode não perceber, mas também acabam atuando como um técnico, por exemplo, ao decidir como vão resolver as demandas do jogo, ao escolher com qual time jogará, como escolherá a escalação da equipe e qual tipo de jogo, se participará um treino ou de um campeonato.

Paralelamente ao sucesso dos JDs de futebol como FIFA e PES (*Pro Evolution Soccer*) os jogos de gestão do futebol também tem seu espaço no mundo dos JDs com uma série de títulos e opções para todos os interesses. Dentro do universo dos games que trabalham com gestão estratégica do esporte, envolvendo planejamento e simulação de



atividades que contemplam a administração de uma organização esportiva, destacamos o *Football Manager* (FM).

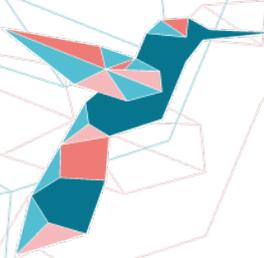
O FM pode ser considerado a primeira série de JDs desse gênero, criado por Kevin Toms. Seu lançamento em 1982 foi feito para computadores ZX Spectrum e logo se espalhou para os equipamentos domésticos durante os anos 1980. O FM é uma série de jogos eletrônicos e videogames criada pela *Sports Interactive* e distribuída pela SEGA. Suas versões são atualizadas anualmente, acompanhando as principais ligas de futebol do mundo. Apesar do sucesso nos anos 80, na década seguinte, teve suas operações suspensas com a queda nas vendas, finalizando a série de jogos.

A série FM retomou suas atividades após o término do contrato de desenvolvimento entre a *Sports Interactive* e a *Eidos Interactive* em 2004, quando as duas empresas, em conjunto, assumiram o título de outro jogo de gestão do esporte que experimentava grande sucesso na época, o *Championship Manager*. Com o fim da parceria, a Eidos Interactive manteve a patente do nome, *Championship Manager*, e a *Sports Interactive* a patente do código fonte e a base de dados do jogo.

Em 2005 a empresa lançou sua versão própria do *Championship Manager* sob o nome de *Football Manager* 2005. Na realidade, o game era, na verdade, o mesmo *Championship Manager* com outro nome e com a incorporação de diversas melhorias que o diferenciavam de seu antecessor. No ano seguinte, após o fiasco da nova versão do *Championship Manager*, o FM se firmou no mercado, passando a ser o principal título do gênero. Em sua edição 2014, o FM vendeu mais de um milhão de cópias em todo o mundo (LOBO, 2014).

O CASO *FOOTBALL MANAGER* COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO DO FUTEBOL

No FM, o jogador assume o papel de técnico, o *manager* de uma equipe de futebol, com todas as suas responsabilidades. As possibilidades de interação disponíveis no jogo são vastas e vão desde um simples comentário a imprensa antes de um jogo, passando pela elaboração de táticas e sistemas de treinos até o triunfo em um dos diversos campeonatos existentes no jogo. Um dos grandes destaques do *game* é a área de transferência e contratações de atletas para a agremiação. Nela, o *manager* tem poderes de demitir e contratar membros da comissão técnica como um diretor de futebol, ele é o responsável por montar o elenco para a temporada, pelo treinamento da equipe, pela utilização das táticas, pelo gerenciamento do elenco e também por administrar as insatisfações dos jogadores.



A base de dados do jogo reúne clubes, seleções, jogadores e técnicos reais dos cinco continentes, entre grandes estrelas e completos desconhecidos, tudo graças a uma grande rede de colaboradores em todo o mundo que enviam informações para *Sports Interactive*. Em sua versão 2015, o *game* conta com ligas de futebol de cinquenta e um países do mundo, com destaque para Austrália, Bélgica, Brasil, Inglaterra, França, Alemanha, Holanda, Itália, Irlanda do Norte, Portugal, Escócia, Espanha, País de Gales, entre outras (LOBO, 2014).

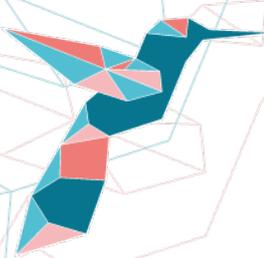
Um dos grandes méritos do jogo é, através de sua vasta rede de informantes e pesquisadores, estar sempre “atenado” com o que ocorre no mundo do futebol. Em sua versão 2015, por exemplo, o FM incorporou duas mudanças reais importantes ocorridas no futebol mundial.

Duas grandes mudanças da Fifa influenciaram no FM 15. Primeiramente, o Fair Play Financeiro. E também a estipulação do limite no tamanho de equipes, agora com no máximo 25 jogadores acima de 17 anos. Ambas as mudanças mudaram (sic) drasticamente o esporte, e o jogo também, em especial o mercado de transferências. Times como o Chelsea e o Parma possuem 25 jogadores emprestados a outros times, o dono da Udinese que recentemente comprou o Watford e o Granada para enviar jogadores... Mostrando o reflexo das novas normas da Fifa no mercado de transferências, no jogo e na vida real (LOBO, 2014).

Atualmente, o FM é reconhecido como um game da vida real dos clubes de futebol e considerado pelos especialistas como o melhor simulador de gestão do futebol existente atualmente no mercado. Por diversas oportunidades, dirigentes, atletas e treinadores “confessaram” ser usuários ativos do game, trazendo sua experiência no universo digital para a realidade do dia-a-dia de suas equipes esportivas.

O sucesso dessa relação entre o espaço simulado do FM e a realidade colocada em prática na atividade real dos clubes por parte de alguns dos seus usuários assumidos, trouxe o *game* para o universo do cinema, interessado em retratar a relação real-virtual na gestão de clubes e entidades esportivas.

O vídeo documentário realizado pela produtora FilmNova, *An Alternative Reality: The Football Manager Documentary* (Uma Realidade Alternativa: o documentário FM) estreou nas salas de cinema do Reino Unido, em Outubro de 2014, mostra de forma clara a influência do FM no mundo real do futebol de hoje. O filme mostra como jogadores profissionais são fãs do *game* e como atletas recém-chegados a um clube já conhecem seus novos companheiros de trabalho através do jogo (ESCUDEIRO, 2014a).



Uma série de acontecimentos recentes, envolvendo o universo real do futebol e o FM, despertaram a atenção de diretores de cinema, jornalistas, documentaristas e pesquisadores, em geral. Um caso célebre de treinador de futebol que é jogador assumido de FM é o de André Villas-Boas, do Zenit St. Petersburg, da Rússia. Além do português, o bicampeão norueguês em 2011 e 2012, Ole Gunnar Solskjaer também já confessou ter aprendido muito com o jogo para ter êxito em sua carreira como treinador.

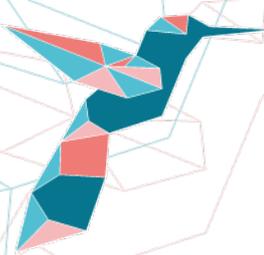
Em agosto de 2014, por exemplo, James Phillips, um jovem de 22 anos, assinou contrato como treinador com o Romsey Town, equipe que disputa a nona divisão da Inglaterra. Phillips tornou-se assim o mais jovem treinador, desde 1871, a assumir o comando de uma equipe filiada à *Football Association*, a federação inglesa de futebol. O que chama a atenção no fato, além da pouca idade de Phillips para a função, é que o agora treinador é viciado em FM.

A contratação de Phillips como treinador pelo Romsey Town, porém, não foi a primeira ocorrida no universo do futebol real motivada pelo FM. Um ano antes, em junho de 2013, uma notícia ganhou espaço na mídia internacional. Ricardo Mannetti, ex-atleta profissional e convocado diversas vezes para integrar a seleção da Namíbia na década de 90, foi chamado para assumir o posto de treinador da seleção principal de seu país. Com sete anos de experiência na plataforma, Mannetti virou assistente da equipe sub-20 da Namíbia.

As influências do *game* de simulação não se manifestam apenas nas atividades dos treinadores. Pela enorme extensão de sua base de dados, com informações coletadas por aproximadamente 1.300 olheiros ao redor do mundo e sobre 80.000 jogadores das principais ligas do planeta, o FM passou a chamar a atenção dos gestores do futebol profissional do Reino Unido.

Na prática, alguns clubes da *Premier League* utilizarão as informações contidas no FM para ajudar no processo de recrutamento de jogadores para suas equipes, pois “os dados serão usados para complementar os métodos usuais dos olheiros, como a intuição e a experiência” (BONSANTI, 2014). As informações coletadas em em duas décadas pela *Sports Interactive* serão incorporadas pelos programas de análise usados pela maioria dos clubes da primeira divisão da Inglaterra. Com isso, treinadores de verdade ao redor do mundo vão encontrar e comparar atletas usando dados e um sistema de busca muito familiar aos jogadores de FM.

O FM, como *game* de gestão do esporte, fornece aos seus usuários ferramentas para simulação e aprendizagem para os profissionais da área. Por sua extensa base de dados e pela



precisão de suas informações oferece aos seus usuários excelentes elementos cognitivos que os aproximam sobremaneira da realidade encontrada em suas atividades do dia a dia. Trata-se, assim, de um excelente instrumento para a preparação dos profissionais da área. Porém, sua utilização como ferramenta de gestão ainda é limitada a usuários esporádicos que, com seus exemplos de sucesso, passam a mostrar ao mercado que o *game* pode ser empregado de forma mais ampla entre os gestores da área.

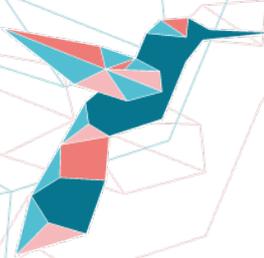
Grandes empresas e prestadores de serviços do setor administrativo e gerencial já utilizam JDs como plataforma de treinamento ou seleção de recursos humanos há anos⁷, assim como os Estados Unidos faz para seus treinamentos militares⁸. Seja para melhorar seus serviços, ou para capacitar os funcionários de maneira lúdica e prazerosa, o uso dessas estratégias corroboram os estudos e iniciativas de diversos grupos como já apontado por Costa (2006, p. 6). Essa constatação também reforça que os JDs são objetos interdisciplinares, transmidiáticos e de complexidade ainda pouco explorada.

Apesar dos primeiros aparelhos terem sido criados como equipamentos de entretenimento, hoje podemos constatar inúmeras outras possibilidades como no auxílio ao aprendizado de conceitos, conteúdos e tarefas incorporadas às narrativas diversas, despertando o interesse e curiosidade, motivando seus jogadores a novas descobertas e o enfrentamento a novos desafios. Ao tratar dos aspectos educacionais implícitos nos jogos, Costa (2006) destaca a linguagem comum entre que os JDs, agora globalizados, trazem para seus públicos, como uma forma de suporte para abstrações, inclusive o aprendizado de novos conteúdos. “As novas manipulações eletrônicas marcam a presença da virtualização” (COSTA, 2006, p. 33), seja na cultura lúdica infantil ou nas novas vivências virtuais, e abrem mais ou menos possibilidades, tanto de atividade/interação, como de passividade.

Ao profissional de Educação Física e Gestão do Esporte, cabe-nos reforçar novamente as possibilidades oferecidas pelos JDs como forma de aprendizado, situação que já existem há muito tempo e por diversas metodologias, porém, com o advento de uma nova configuração da sociedade em rede, permeada por uma cultura digital, novas perspectivas devem ser

⁷ Disponível em: <http://www.aennova.com/blog/?cat=1> Acesso em 15 Abril 2015.

⁸ Disponível em: <http://www.theguardian.com/technology/2012/mar/18/video-games-propaganda-tools-military> Acesso em 15 Abril 2015.



levadas em consideração, como o exemplo do FM apresentado no texto. Inconscientemente estamos passando por processos e relações que carregam os aspectos envolvidos nos jogos de uma forma que necessita ser mais bem exploradas e com estudos mais aprofundados⁹.

Gee (2009) ao tratar da interação nos JDs, sugere que “os *games* respondem”, ou seja, é preciso jogar, entrar em contato com os desafios e problemas propostos pelos jogos pois “nada acontece até que o jogador aja e tome decisões”. De acordo com o autor, o contexto em que o jogo acontece oferecerá oportunidades de interação e aprendizado por meio das repostas dos jogadores. Com os exemplos dados no texto, esperamos colaborar e estimular que mais jogos sejam jogados, mais interação ocorra em contextos e situações diversas e que as decisões passem a ser tomadas de maneira planejada e coerente para que as metas e objetivos do jogo, dos projetos, dos negócios, da gestão e também da vida, sejam positivos e tragam os resultados esperados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

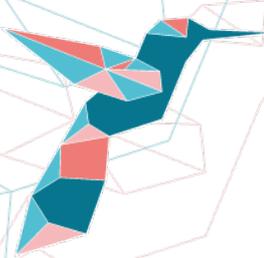
Entendemos que os JDs abrem cada vez mais espaço nas diferentes áreas do conhecimento, influenciando verdadeiramente a vida real das pessoas. O caso apresentado é um dos exemplos onde o mundo virtual extrapola as barreiras da tela e entra realmente em campo... e fora dele.

Um dos principais mercados do jogo FIFA sempre foi a Europa, porém, aumento do interesse dos jogadores de JDs pelo *soccer*, os Estados Unidos passam a ser o segundo mercado do jogo no mundo. Em recente pesquisa feita pela *ESPN Sports poll*¹⁰, a *Major League Soccer* (MLS) ficou empatada no número de torcedores com a *Major League Baseball* (MLB), principal liga de beisebol, um dos esportes mais tradicionais do país, também, devido à colaboração da franquia FIFA, da EA Sports, segundo Rich Luker, responsável pela pesquisa.

Se a temática dos JDs já é realidade no meio acadêmico, como uma área específica de estudos (os *game studies*) e há tempos é utilizada em diversos campos profissionais, os

⁹ Disponível em: <http://super.abril.com.br/comportamento/a-vida-e-um-jogo> Acesso em: 06 março 2015.

¹⁰ Disponível em <http://www.espnfc.com/major-league-soccer/story/1740529/mls-catches-mlb-in-popularity-with-kidssays-espn-poll> Acesso em: 06 março 2015.



professores de Educação Física e gestores de esporte também devem se ater a esse avanço. Além disso, os legados dos megaeventos esportivos que já estão acontecendo no país exigirão profissionais competentes para gerir não só o futebol, mas todas as modalidades esportivas.

O caso do FM apresentado traz situações reais que podem servir de exemplo para que esse gestor do esporte, que pode ser um profissional de Educação Física, saiba lidar com informações de maneira eficiente, tome decisões e seja atento às oportunidades que se abrem. Azevedo (2012, p. 194) destaca leis e ações governamentais de incentivo aos JDs com o crescimento desse mercado em nosso país com a “disseminação de cursos e disciplinas em diversos níveis voltados para a formação de professores”. Baseado nos estudos de James Paul Gee (2004, 2008 e 2009), o autor destaca a possibilidade do aprendizado de diversos conteúdos “necessárias à vida contemporânea” auxiliando na compreensão e utilização dos JDs em todos os campos de atuação.

Assim, corroboramos com as conclusões de Cruz Junior (2012, p. 225) de que os JDs não representam apenas ferramentas à disposição de professores e educadores em geral, mas também objetos e conteúdos de suas respectivas intervenções (...) para além dos consoles e joysticks”. Como já abordado, a complexidade das organizações esportivas exige profissionais engajados e que saibam aliar suas ações em busca de resultados eficientes e equilibrados às necessidades econômicas e técnicas das instituições. O jogo já começou, e não dá mais apertar o botão do “restart”. Aos profissionais de Educação Física e gestores do esporte cabe a decisão de ficar só assistindo ou entrar no jogo como um dos “players”.

Digital Games and Sport Management: Football Manager case

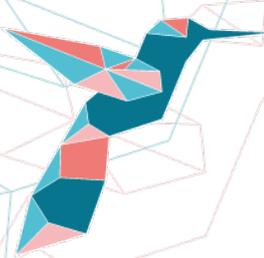
ABSTRACT

This paper intends to discuss the influence of Digital Games and its relationship with advances in the Sports Industry. Discuss research on the theme in the field of Sports Science and the need for deepening. We will use the Football Manager game case as football management tool and its contributions to the learning competences for physical education professionals and sport's managers

KEYWORDS: *Sport Management; Digital Games; Simulation.*

Juegos Digitales y Gestión del Deporte : Caja Football Manager

RESUMEN



Este artículo tiene como objetivo discutir la influencia de los Juegos Digitales y su relación con los avances en la Industria del Deporte. Discuta la investigación sobre el tema en el campo de Ciencias del Deporte y la necesidad de profundizar. Vamos a utilizar la caja del juego Football Manager como herramienta de gestión de fútbol y sus contribuciones a aprendizaje de las habilidades para profesionales de la Educación Física y gestores deportivos.

PALABRAS CLAVE: *Gestión del Deporte; Juegos digitales; Simulación.*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, Victor; COSTA, Antonio Galdino; PIRES, Giovani De Lorenzi. Dez anos do GTT Educação Física, Comunicação e Mídia (CONBRACE/CBCE): análise de percurso e tendências. In: Congresso Brasileiro de Informação e Documentação Esportiva, 2., 2008, Belo Horizonte. *Anais...* UFMG/CEV/Ministério do Esporte, dezembro/2008.

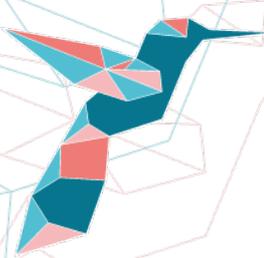
AZEVEDO, Victor Abreu. *Jogos Eletrônicos e Educação - Construindo um instrumento para análise pedagógica dos jogos eletrônicos*. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, UFSC, Santa Catarina, 2012.

BASTOS, Flávia da Cunha. ADMINISTRAÇÃO ESPORTIVA: área de estudo, pesquisa e perspectivas no Brasil. *Motrivivência*, [S.l.], n. 20-21, p. 295-306, jan. 2003. ISSN 2175-8042. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/930>>. Acesso em: 01 Abr. 2015.

BONSANTI, Bruno. *O futebol inglês se rendeu ao FM e vai usar a base de dados do jogo para contratar*. São Paulo, 11 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/o-futebol-ingles-se-rendeu-ao-fm-e-vai-usar-base-de-dados-jogo-para-contratar>>. Acesso em: 06 março 2015.

CRUZ JUNIOR, Gilson. *Eu jogo, tu jogas, nós aprendemos: experiências culturais eletrolúdicas no contexto do ciberespaço*. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Educação, UFSC, Santa Catarina, 2012.

ESCUDEIRO, Leonardo de. *Jogador de Football Manager será o técnico mais jovem da história da FA Cup*. São Paulo, 15 de agosto de 2014a. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/jogador-de-football-manager-sera-o-tecnico-mais-jovem-da-historia-da-fa-cup/>>. Acesso em: 06 março 2015.



ESCUDEIRO, Leonardo de. *Fãs de Football Manager, atenção: o jogo virou documentário e aqui está o trailer*. São Paulo, 7 de outubro de 2014b. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/documentario-football-manager-trailer/>>. Acesso em: 06 março 2015.

GEE, J., P.. Bons videogames e boa aprendizagem. *Revista Perspectiva*, Florianópolis, v. 27 n. 1, pp. 167-178, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://www.perspectiva.ufsc.br>, acesso em 06 março 2015.

LOBATO, Paulo Lanes & VITORINO, Everton de Castro. O perfil administrativo adequado a uma instituição desportiva em relação aos princípios teóricos da administração. *Motriz*, v.3 n.2, p. 94-103, UNESP/Rio Claro, São Paulo, 1997. Disponível em: <http://www.rc.unesp.br/ib/efisica/motriz/03n2/3n2_ART05.pdf>. Acesso em: 06 Mar. 2015.

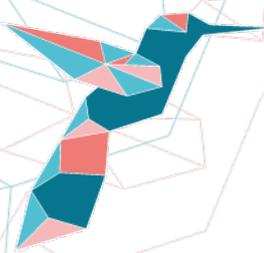
LOBO, Felipe. *Conversamos com o diretor do Football Manager e falamos sobre FM 2015*. São Paulo, 24 de outubro de 2014. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/conversamos-com-o-diretor-football-manager-e-falamos-sobre-fm-2015/>>. Acesso em: 06 março 2015.

MARONI, Fernando Castro; MENDES, Dilson Ribau; e BASTOS, Flavia Cunha. Gestão do voleibol no Brasil: o caso das equipes participantes da Superliga 2007-2008. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*. v.24 n.2 São Paulo, jun. 2010.

PERANI, Letícia. Game Studies Brasil: um panorama dos estudos brasileiros sobre jogos eletrônicos. In: *XII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação – Celacom*, 10, 2008. São Bernardo do Campo, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/3/31/33_-_Games_studies_Brasil-Leticia.pdf>. Acesso em: 12 março 2015.

PERANI, Letícia. Jogando para comunicar, comunicando para jogar: por um lugar dos games nas Ciências da Comunicação e na Cibercultura. *VIII Simpósio Nacional da ABCiber ESPM*. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simpósio2014/anais/GTs/leticia_perani_soares_39.pdf>. Acesso em: 12 março 2015.

PIRES, Gustavo Manuel Vaz da Silva. *Gestão do desporto: desenvolvimento organizacional*. Porto: APOGESD, 2003.



PORTES, Felipe. *Técnico da Namíbia prova que a vida pode ser um grande FM*. São Paulo, 11 de junho de 2013. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/tecnico-da-namibia-prova-que-a-vida-pode-ser-um-grande-fm/>>. Acesso em: 06 março 2015.

SANTOS, F. B. *Jogos intermunicipais do Rio Grande do Sul: uma análise do processo de mudanças ocorridas no período de 1999 a 2002*. 2005. 400 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação Física, Departamento de Educação Física, UFRGS, Porto Alegre, 2005.

STEIN, Leandro. *Como Gomis conheceu o Swansea antes de se transferir? Jogando FM*. São Paulo, 28 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/como-gomis-conheceu-o-swansea-antes-de-se-transferir-jogando-fm/>>. Acesso em: 06 março 2015.

TESTA, Antonio Favio. Notas sobre e gestão desportiva. *Educação Física em Revista*. V3, N1, UCB, Brasília, 2009.

SPITZ, Clarice. *PIB do esporte cresce mais do que o do país*. Rio de Janeiro, 25 de maio de 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/pib-do-esporte-cresce-mais-do-que-do-pais-5028799>>. Acesso em: 06 março 2015.

SLACK, T. *Understanding sport organizations: the application of organization theory*. Champaign: Human Kinetics, 1997.