



**Vôlei de praia em Curitiba:
Perfil e hábitos de consumo de praticantes da capital paranaense**

**Beach volleyball in Curitiba:
Profile and consumption habits of practitioners in the capital of Paraná**

**Voleibol de playa en Curitiba:
perfil y hábitos de consumo de practicantes de la capital de Paraná**

Pedro Henrique Alves da Silva
pedrohenrique99@outlook.com

Roger Luiz Brinkmann
brinkmann@usp.br

Ivan Furegato Moraes
Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo
ifuregato@usp.br

Resumo

O crescimento dos esportes de areia está acontecendo em todo o Brasil, não apenas em cidades praianas. A busca por esportes praticados na areia fez com que houvesse a criação de variados espaços para o seu ensino e prática. Embora haja um aumento do número de praticantes de esportes de areia, o mesmo não acontece com as pesquisas dessas modalidades, principalmente sobre o vôlei de praia, sobre o qual o número de estudos acadêmicos é baixo. Com essa lacuna na literatura, o objetivo desta pesquisa foi identificar e analisar o perfil e os hábitos de consumo dos praticantes curitibanos do vôlei de praia. A pesquisa seguiu a abordagem quantitativa, buscando analisar o seu objeto de forma objetiva a partir de dados numéricos obtidos por questionário e analisados por métodos estatísticos. O método utilizado foi o Survey, com a adaptação de um questionário já existente e a sua posterior validação por especialistas. O questionário foi estruturado por uma introdução, com o objetivo, instruções e aceite de participação na pesquisa, e dois blocos de questões, totalizando 17 questões. A amostra da pesquisa foi formada por alunos de um projeto particular de vôlei de praia de Curitiba. O questionário foi aplicado em janeiro de 2023 e respondido por 54 pessoas de um total de 110 alunos do projeto. As respostas foram analisadas e não foram identificados dados ausentes e discrepantes, possibilitando o uso das informações dos 54 respondentes. A análise dos blocos de questões ocorreu por meio da Estatística Descritiva, com o cálculo das frequências e médias. Dentre os principais

resultados, destaca-se que o perfil dos praticantes era formado majoritariamente por mulheres solteiras, com idade entre 18 e 29 anos, de alta renda e com estudos avançados. Outro dado relevante é que a grande maioria dos praticantes eram fiéis a modalidade, não praticando outra atividade física em paralelo. Uma das implicações da pesquisa é que, devido aos limitados trabalhos científicos sobre o objeto de estudo, existe a possibilidade de futuras pesquisas analisarem o perfil e os hábitos dos praticantes de outros locais do país ou até mesmo comparar estudos relacionados a outros esportes de areia para analisar se o perfil dos praticantes é próximo. Outra implicação, de cunho mais prático, é que o estudo colabora com os proprietários e profissionais de projetos e locais para a prática do vôlei de areia de Curitiba e de outras cidades brasileiras, expondo qual é o perfil desse público e como ele interage com a modalidade. Gera-se, dessa forma, informações e uma visão mais ampla para as atividades de marketing e de prospecção de clientes.

Palavras-chave: Vôlei de praia; Marketing esportivo; Consumidor do esporte; Esporte em Curitiba.

Abstract

The growth of sand sports is happening throughout Brazil, not just in beach cities. The search for sports practiced on the sand led to the creation of various spaces for their teaching and practice. Although there is an increase in the number of sand sports practitioners, the same does not happen with research on the modalities, especially on beach volleyball, in which the number of academic studies is low. With this gap in the literature, the objective of this research was to identify and analyze the profile and consumption habits of beach volleyball practitioners from Curitiba. The research followed a quantitative approach, seeking to analyze its object objectively based on numerical data obtained through a questionnaire and analyzed using statistical methods. The method used was the survey, with the adaptation of an existing questionnaire and subsequent validation by experts. The questionnaire was structured by an introduction, with the objective, instructions and acceptance of participation in the research, and two blocks of questions, totaling 17 questions. The research sample was made up of clients from a private beach volleyball project in Curitiba. The questionnaire was administered in January 2023 and was answered by 54 people, out of the total of 110 people participating in the project. The responses were analyzed, and no missing or discrepant data were identified, enabling the use of information from the 54 respondents. The analysis of the blocks of questions occurred using descriptive statistics, with the calculation of frequencies and means. Among the main results, it is highlighted that the profile of practitioners is made up of single women, aged between 18 and 29 years old, with high income and advanced studies. Another relevant fact is that most practitioners are loyal to the sport, not practicing any other physical activity in parallel. One of the implications of this research is that due to the few scientific works on the object of study, there is the possibility of future research analyzing the profile and habits of practitioners from other parts of the country or even comparing studies related to other sand sports to analyze whether the profile of practitioners is close. Another implication, of a more practical nature, is that the study collaborates with the owners and professionals of projects and places for the practice of sand volleyball in Curitiba and other Brazilian cities without beaches, exposing the profile of this public and how it interacts with the modality. This generates information and a broader vision for marketing and customer prospecting activities.

Keywords: Beach Volley; Sports Marketing; Sports Consumer; Sport in Curitiba.

Resumen

El crecimiento de los deportes de arena está ocurriendo en todo Brasil, no sólo en las ciudades de playa. La búsqueda de deportes practicados en la arena propició la creación de diversos espacios para su enseñanza y práctica. Si bien hay un aumento en el número de practicantes de deportes de arena, no ocurre lo mismo con las investigaciones sobre las modalidades, especialmente en el voleibol de playa, en el que el número de estudios académicos es bajo. Con ese vacío en la literatura, el objetivo de esta investigación fue identificar y analizar el perfil y hábitos de consumo de los practicantes de voleibol de playa de Curitiba. La investigación siguió un enfoque cuantitativo, buscando analizar su objeto objetivamente a partir de datos numéricos obtenidos a través de un cuestionario y analizados mediante métodos estadísticos. El método utilizado fue la encuesta, con la adaptación de un cuestionario existente y posterior validación por expertos. El cuestionario estuvo estructurado por una introducción, con el objetivo, instrucciones y aceptación de participación en la investigación, y dos bloques de preguntas, totalizando 17 preguntas. La muestra de la investigación estuvo compuesta por estudiantes de un proyecto privado de voleibol de playa en Curitiba. El cuestionario fue administrado en enero de 2023 y fue respondido por 54 personas, del total de 110 personas que participaron en el proyecto. Se analizaron las respuestas y no se identificaron datos faltantes o discrepantes, lo que permitió utilizar la información de los 54 encuestados. El análisis de los bloques de preguntas ocurrió mediante estadística descriptiva, con cálculo de frecuencias y promedios. Entre los principales resultados, se destaca que el perfil de los practicantes está compuesto principalmente por mujeres solteras, con edades entre 18 y 29 años, con altos ingresos y estudios avanzados. Otro dato relevante es que la gran mayoría de practicantes son fieles al deporte, no practicando ninguna otra actividad física paralelamente. Una de las implicaciones de esta investigación es que, debido a los pocos trabajos científicos sobre el objeto de estudio, existe la posibilidad de futuras investigaciones analizando el perfil y hábitos de practicantes de otras partes del país o incluso comparando estudios relacionados con otros deportes de arena. analizar si el perfil de los practicantes es cercano. Otra implicación, de carácter más práctico, es que el estudio colabora con propietarios y profesionales de proyectos y lugares para la práctica del voleibol de arena en Curitiba y otras ciudades brasileñas sin playa, exponiendo el perfil de este público y cómo interactúa con la modalidad. Esto genera información y una visión más amplia para las actividades de marketing y prospección de clientes.

Palabras Clave: Voleibol de playa; Marketing deportivo; Consumidor del deporte; Deporte en Curitiba.

Introdução

Beach tennis, futevôlei e vôlei de areia são atividades físicas e esportivas comumente realizadas no litoral. Contudo, o crescimento dos esportes de areia é observado em todo o Brasil, não apenas em cidades praianas, seja em grandes metrópoles ou em pequenas cidades. A busca por esportes praticados na areia fez com que houvesse a criação de variados espaços para o seu ensino e prática e, segundo levantamento da empresa *TotalPass*, a procura por esportes de areia no Brasil cresceu, em 2022, 120% a cada trimestre (Diário de Curitiba, 2022).

A Federação Paulista de Futevôlei (FPFv) indica que a prática do esporte cresceu acima de 250% durante a Pandemia de Covid-19, com a participação de crianças, adolescentes e mulheres triplicando entre 2020 e 2022. Além das tradicionais quadras situadas no litoral, a modalidade também se tornou popular em cidades da grande São Paulo e do interior do estado, resultando em um *boom* na construção de centros esportivos que ofertam aulas e locação de quadras, que acabam sendo utilizadas para a prática de todos os esportes de areia (Federação Paulista de Futevôlei, 2022). A busca por estar em um ambiente de praia, com areia, música e esporte também chegou a Curitiba, capital do Paraná, onde Marques (2020) relatou a abertura de um grande centro esportivo de areia no bairro Taboão que possibilitou aos curitibanos praticarem atividades esportivas na areia sem terem que se deslocar ao litoral.

A prática esportiva na areia, para além da parte esportiva e social, também afeta positivamente a saúde, diminuindo o risco de várias doenças, além de fortalecer o sistema imunológico. Também colabora na perda de peso: uma hora de atividade intensa na areia leva a perda de cerca de 500 calorias (Marques, s.d.).

Vôlei de praia

O vôlei de praia surgiu como uma adaptação do voleibol de quadra em 1895, em Santa Maria, na Califórnia, Estados Unidos (EUA). A idealização e a proposta do jogo em duplas são atribuídas ao jogador norte-americano conhecido como Paul “Pablo” Johnson, integrante do *Santa Monica Athletic Club*. Em 1947, com a atração de mais praticantes, foi realizado o primeiro torneio e criada a *Califórnia Beach Volleyball Association*, que definiu as regras iniciais da modalidade (Confederação Brasileira de Voleibol, s.d.).

No Brasil, a prática do vôlei de praia teve início na década de 1950 no Rio de Janeiro estimulada por membros da Polícia do Exército e por integrantes do clube São Cristóvão. Os jogos aconteciam esporadicamente nas praias e eram tidos inicialmente como uma brincadeira de final de semana entre amigos. A percepção sobre a modalidade foi alterada em 1986 com a realização, na praia de Copacabana (Rio de Janeiro) e de Santos, do *Hollywood Volley*, competição que contou com a participação de atletas brasileiros e internacionais. O evento contribuiu para aumentar a

visibilidade da modalidade e estimulou a realização, em 1987, do primeiro campeonato mundial, disputado na praia de Ipanema, no Rio de Janeiro (Confederação Brasileira de Voleibol, s.d.).

A partir de então o vôlei de praia ganhou projeção, atraindo novos praticantes no Brasil e em outros países. A consolidação internacional da modalidade ocorreu em 1996, quando ela passou a fazer parte do programa olímpico, estreando nos Jogos Olímpicos de Atlanta (EUA, Confederação Brasileira de Voleibol, s.d.).

O vôlei de praia já conquistou quatro medalhas de ouro olímpicas para o Brasil. No feminino, em Atlanta (1996), com Jacqueline e Sandra, e em Paris (2024), com Duda e Ana Patrícia. Já no masculino, Ricardo e Emanuel ganharam o ouro em Atenas (2004) e Alison e Bruno no Rio de Janeiro (2016). Além dessas medalhas, atletas brasileiros conquistaram mais de dez títulos internacionais, além de sete medalhas olímpicas de prata e três de bronze (Confederação Brasileira de Vôlei, s.d.).

Destaque para 2015, quando diversos títulos internacionais foram obtidos pelo vôlei de praia brasileiro: Agatha e Bárbara Seixas e Alison e Bruno Schmidt conquistaram o campeonato mundial, com as duplas do país obtendo cinco das seis medalhas em disputa. As duplas citadas também conquistaram o circuito mundial e nos Jogos Pan-Americanos de Toronto a parceria entre Álvaro Filho e Vitor Felipe obteve a medalha de prata e a dupla Lili e Carolina Horta o bronze (Federação Internacional de Voleibol, 2023).

Em 2018, a dupla Agatha e Duda conquistou o circuito mundial, sendo a vigésima terceira vitória de brasileiras nessa competição. Duda, então com apenas 20 anos, se tornou a atleta mais jovem a vencer o circuito. Nesse mesmo ano a dupla também venceu o *World Tour Finals*, recebendo o maior prêmio da história da modalidade: 150 mil dólares (Confederação Brasileira de Voleibol, s.d.). Pelo exposto, fica claro o envolvimento histórico do Brasil e a relevância competitiva internacional do país no vôlei de praia, com diversas conquistas que acabam por divulgar e atrair novos praticantes para a modalidade em todo o país.

Consumidor esportivo: perfil e hábitos

O estudo e a compreensão do consumidor é uma das principais tarefas do marketing de qualquer organização e envolve a identificação e a análise das características e dos comportamentos, como cultural, social, pessoal e o psicológico, além dos valores e princípios, de determinado indivíduo ou grupo que consome um bem ou serviço. Essas características podem ser influenciadas pelo ambiente e pelas pessoas com as quais o indivíduo convive, sendo a família e os amigos uma parte importante para o entendimento dos hábitos de consumo (Hemkemair, 2022).

Em muitos casos, as pessoas são amplamente influenciadas por outras para realizarem as atividades do seu dia a dia. Já em outros contextos elas apresentam diferentes tipos de motivação,

como metas pessoais almejadas quando jovens ou adquiridas observando outras atividades e pessoas. Assim, o perfil de consumo de um indivíduo é estabelecido pelos seus hábitos e comportamentos, levando em conta itens como idade, local de residência, gênero, renda mensal, nível de escolaridade, *hobbies*, estado civil, além da influência de elementos externos (Hemkemair, 2022).

A definição, a análise e a compreensão do perfil do consumidor e dos seus hábitos de consumo ganharam grande relevância dentro do marketing por possibilitar o entendimento dos diferentes grupos de consumidores e aperfeiçoar a oferta de bens e serviços adequados a cada pessoa ou grupo de forma a elevar as receitas e estimular a fidelização (Kotler & Keller, 2006). Essas atividades também fazem parte e são fundamentais no Marketing Esportivo, onde acadêmicos e profissionais realizam pesquisas desde a década de 1980 visando compreender o perfil e os hábitos dos diferentes tipos de consumidores esportivos (Mullin; Hardy & Sutton, 2004; Rein; Kotler & Shields, 2008).

Assim, organizações esportivas de diferentes áreas buscam conhecer a fundo seus variados tipos de consumidores para atendê-los de forma adequada, aumentando a fidelização e as receitas, limitando os efeitos da incerteza do esporte (Morgan & Summers, 2008; Mullin; Hardy & Sutton, 2004). Ao analisarmos a literatura científica sobre os consumidores esportivos podemos observar que algumas modalidades, como o futebol e o basquete, possuem diversos estudos sobre aspectos relacionados aos seus consumidores, enquanto em outras modalidades essa temática é pouco explorada (Rein; Kotler & Shields, 2008).

Focando no vôlei de praia, é possível identificarmos trabalhos científicos relevantes como, por exemplo, na área do alto rendimento, com as pesquisas de Stefanello (2007) e França *et al.* (2022); na área sociológica, com Costa (2007) e Afonso e Marchi Júnior (2012); na vertente feminina, com Oliveira, Mourão e Costa (2010); e na gestão, com Petcof e Capinussú (2017). No entanto, quando focamos no objeto de estudo dessa pesquisa - os consumidores (praticantes ou espectadores) do vôlei de praia - nota-se uma quantidade limitada de estudos científicos.

A busca por trabalhos brasileiros sobre o perfil e os hábitos de consumo no vôlei de praia nas plataformas Google Acadêmico e no banco de teses da Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior (CAPES) resultou na identificação de apenas um trabalho, o de Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015). A pouca investigação sobre esse objeto de estudo é, de certa forma, surpreendente, pois o Brasil é o berço da vertente competitiva da modalidade e uma referência internacional, tanto técnica como em quantidade de praticantes (Confederação Brasileira de Vôlei, s.d.).

Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015) visaram levantar o perfil dos praticantes de vôlei de praia da praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, por meio da aplicação de um questionário junto à 50 praticantes da modalidade. Entre os resultados, destaque para o tempo em que os respondentes praticavam a modalidade, com 64% deles jogando a mais de dez anos. Outro ponto

de destaque é para o local de prática, com todos praticando na praia.

A partir do contexto apresentado, em especial do crescimento da prática dos esportes de areia em cidades que não possuem praia e da experiência profissional do pesquisador principal deste trabalho, optou-se por focar nos praticantes de vôlei de praia de Curitiba, Paraná. Assim, o objetivo da presente pesquisa foi identificar e analisar o perfil e os hábitos de consumo dos praticantes curitibanos de vôlei de praia. Com a pesquisa espera-se compreender de forma detalhada quem é o praticante dessa modalidade em uma cidade com clima predominante frio e quais os hábitos de consumo dele de forma a entender como o vôlei de praia pode se desenvolver em locais que, a princípio, não seriam propícios para a prática devido ao clima e a distância do ambiente praiano.

Procedimentos metodológicos

Visando cumprir o objetivo deste estudo foi realizada uma pesquisa científica que se caracterizou como descritiva, pois descreve e analisa o comportamento de uma determinada população, no caso os praticantes do vôlei de praia, partindo do conhecimento existente sobre a temática (Gil, 2008). O trabalho também se enquadra como aplicado ou de campo, pois os pesquisadores tiveram contato direto com os respondentes (Prodanov, 2013).

Sobre a abordagem utilizada, a pesquisa se valeu da abordagem quantitativa, buscando descrever o seu objeto de forma direta a partir de dados numéricos obtidos por questionário e analisados por métodos estatísticos (Veal & Darcy, 2014). Dentre os diversos métodos de pesquisa quantitativa foi adotado o *Survey*, no qual são obtidos dados sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo identificado como representante da população-alvo por meio de um instrumento de pesquisa, normalmente o questionário (Li; Pitts & Quarterman, 2008).

O questionário utilizado foi elaborado com base no desenvolvido por Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015). A versão inicial foi avaliada por dois doutores da área de Ciências do Esporte que sugeriram alterações na ordem das perguntas, ajustes em algumas questões e a inclusão de três perguntas. A versão final do questionário foi composta por uma introdução, com o objetivo, instruções e o aceite de participação na pesquisa, e dois blocos de questões. O primeiro bloco, formado por seis questões de escolha única ou múltipla, trata do perfil dos respondentes. A segunda parte aborda os hábitos de prática do vôlei de praia por meio de 17 perguntas de escolha única ou múltipla.

A população da pesquisa foi formada por alunos de um projeto particular de vôlei de praia de Curitiba. O projeto foi criado em junho de 2020 com o objetivo de incentivar a prática do vôlei de praia em Curitiba e, em janeiro de 2023, possuía 110 alunos regulares. O mesmo era realizado em quadras particulares de areia, possuindo estrutura variada de acordo com cada local de aula.

Esse formato se justifica porque o projeto foi elaborado para ocorrer em diversos locais da cidade, atingindo um número maior de pessoas, independentemente do local de residência delas. As turmas possuíam locais e horários pré-definidos e cada aluno deveria indicar, com antecedência, em que dia e local iria treinar, com o máximo de dez alunos por aula.

As turmas eram formadas de acordo com o nível técnico de cada aluno, com a categoria *kids*, formada majoritariamente por alunos de um colégio próximo a um dos locais do projeto; iniciante; intermediário básico; intermediário avançado; e avançado. O valor mensal para participar do projeto variava de acordo com a quantidade de aulas semanais realizadas: uma aula por semana custava R\$ 140,00; duas vezes, R\$ 230,00; e para três vezes na semana o valor era, em fevereiro de 2023, de R\$320,00.

Para a definição da amostra foram utilizados dois critérios de inclusão: ser aluno regular do projeto e maior de 18 anos. O questionário foi aplicado em janeiro de 2023 de forma online por meio da plataforma *Google Forms*, sendo enviado aos alunos por meio de grupos de *WhatsApp*. O questionário foi enviado para todos os 110 participantes do projeto e, desses, 54 responderam, o equivalente a 49% da população da pesquisa. Todos os respondentes cumpriram os critérios de inclusão, formando, assim, a amostra do estudo.

A análise dos dados obtidos ocorreu por meio de técnicas estatísticas, em especial a Estatística Descritiva (Bussab & Morettin, 2017). Inicialmente as respostas foram analisadas e não foram identificados dados ausentes e discrepantes (Hair *et al.*, 2014), possibilitando o uso das informações dos 54 respondentes. Na sequência foi realizada a análise dos dados de todas as questões ocorreu por meio da Estatística Descritiva, com o cálculo de frequências e médias (Bussab & Morettin, 2017; Hair *et al.*, 2014).

Resultados e discussão

Perfil dos respondentes

Iniciamos a apresentação do perfil dos respondentes pelo sexo indicado por eles, sendo 55,6% (30 pessoas) mulheres e 44,4% (24) homens. Com relação a faixa etária, a maior parte do público da pesquisa estava entre os 18 a 29 anos, faixa que reuniu 40,7% (22) do total. O público entre os 30 a 39 anos também teve uma representatividade alta, alcançando 38,9% (21). Juntos, essas duas faixas somam 43 pessoas de um total de 54. Comparando com os resultados de Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015), temos uma diferença entre o público curitibano e o carioca, já que no Rio de Janeiro a maior parte dos praticantes tinha entre 40 e 49 anos.

Sobre o local de residência, houve uma grande variedade de respostas, com quatro cidades e 30 bairros de Curitiba identificados. A cidade mais citada foi Curitiba, presente em 85,1% (46) das

respostas, seguida por Colombo, com 7,4% (4) menções. Já em relação aos bairros, o de maior destaque foi o Água Verde, com 9,2% (5) das citações, em muito pelo fato de uma das principais quadras do projeto estar localizada nessa região. A maioria dos outros bairros foram citados por um e três respondentes.

A maior parte dos alunos(as) eram solteiros(as): 57,4% (31). Na sequência vinham os casados(as), com 33,3% (18); os divorciados(as)/separados(as), com 7,4% (4); além de uma pessoa que não quis responder. Já sobre o nível de escolaridade, foi constatado que era elevado, com apenas 25,9% (14) não possuindo pelo menos graduação completa, sendo que 35,2% (19) possuía especialização ou MBA. É possível compararmos o nível de escolaridade observado com o achado por Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015), sendo que em ambas cidades uma parte relevante dos respondentes possuía pós-graduação. Assim, há indícios de que o vôlei de praia era praticado por pessoas com um nível de escolaridade mais elevado do que a média da população brasileira (Gomes & Ferreira, 2023).

Por fim, com relação a renda mensal familiar, se destaca o fato de 33,3% (18) ter citado uma renda mensal acima de R\$ 9.769,00. Destaque também para a observação de que 72,2% (39) dos participantes possuíam renda familiar média acima de R\$ 3.637,00, valor que, segundo dados de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é acima da renda de 90% das famílias brasileiras, que possuíam rendimento mensal abaixo de R\$ 3.500,00 (Mota, 2021).

Hábitos

Iniciamos a análise dos resultados sobre os hábitos de prática do vôlei de praia com a percepção sobre o nível de habilidade, com 63% (34) se considerando na categoria intermediária. Porém, esse ponto se mostrou de difícil avaliação, pois foi observado que os respondentes não partiram de uma base comum para a análise/comparação. Assim, acreditamos que a maioria das pessoas levaram em conta o próprio projeto como referência, mas, é provável que algumas, de nível mais elevado, se compararam com pessoas de fora do projeto e até mesmo com jogadores profissionais. Essa diferença na base de comparação possivelmente explica a predominância de pessoas que se consideraram de nível intermediário, sendo que, na prática, pode haver mais pessoas de outros níveis, tanto iniciantes como avançados.

Com relação aos objetivos para a prática da modalidade, havia a possibilidade dos participantes assinalarem até três opções e a alternativa mais escolhida foi a que apontava a busca pela melhoria da saúde (40 respostas) seguida pela recreação e diversão, com 34 respostas. Sobre a participação em campeonatos amadores ou profissionais, 77,7% (42) respondeu que já havia participado de algum tipo de campeonato, com três pessoas já tendo disputado competições profissionais. 51,9% (28) dos participantes citaram que praticavam a modalidade entre um e três

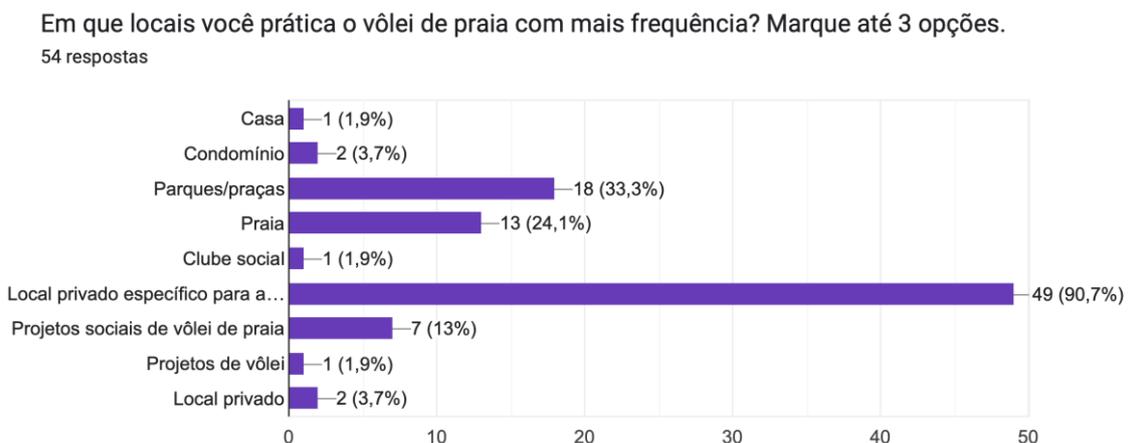
anos e apenas 5,6% (3) praticava há mais de dez anos.

Comparando com os resultados obtidos por Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015), as respostas a questão acima foram opostas. Se em Curitiba os respondentes começaram a praticar o vôlei de praia, em sua grande maioria, há menos de 3 anos, na cidade carioca grande parte dos atletas praticavam há mais de 10 anos. Isso evidencia que a modalidade ainda estava em ascensão em Curitiba, com o tempo de prática se aproximando do tempo de existência do projeto em análise, além do fato da atração de novos atletas ocorrer de forma gradual em uma cidade de clima frio e que não possui praia, fatores que dificultam o acesso a essa atividade esportiva, diferentemente do Rio de Janeiro, um dos berços da modalidade (Marques, 2020).

A frequência semanal média de prática era a seguinte: 44,4% (24) praticava duas vezes na semana, com apenas uma pessoa informando que jogava em quatro dias da semana, sendo essa a maior frequência identificada. Como a pesquisa foi realizada com alunos do projeto citado, e as aulas tinham duração de uma hora, a maior parte dos respondentes praticava somente no período das aulas: 46,2% (25) praticava por até uma hora semanal e 44,4% (24) jogava entre duas e três horas semanais. Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015) apontaram a mesma frequência de prática, contudo, acreditamos que as causas e a regularidade sejam diferentes: a acessibilidade à modalidade é relativamente mais fácil no Rio de Janeiro, devido a cidade ser litorânea, com os grupos de jogadores provavelmente formados por amigos, não devendo haver um grande compromisso semanal com a atividade, pois com os horários tendendo a serem mais flexíveis, há a possibilidade de praticar durante toda a semana, não em um dia fixo como ocorre com os integrantes do projeto curitibano.

Sobre os locais de prática, os participantes da pesquisa podiam indicar até três opções, sendo observado que 90,7% (49) praticava o esporte em locais privados, 33,3% (18) em parques/praças e 24% (13) na praia, conforme o Figura 1.

Figura 1 - Locais de prática dos respondentes



A comparação sobre os locais de prática com os resultados de Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015) gera uma diferença evidente, já que como na cidade de Curitiba não havia faixa de areia pública, especialmente a de praia, para a prática da modalidade, o mais comum era que ela ocorresse em locais privados, com estrutura artificial adequada, enquanto todos os participantes da pesquisa carioca jogavam nas areias das praias locais.

Com relação ao período do dia preferido para praticar o vôlei de praia, 39,6% (21) assinalou que preferia a noite, com 32,1% (17) não indicando preferência de horário. 62,9% (34) dos respondentes informaram que frequentemente jogavam com a supervisão de um profissional especializado na modalidade. Como grande parte dos respondentes faziam as aulas depois do expediente de trabalho, o perfil de consumo em relação ao horário de preferência para a prática também era noturno. E como grande parte dos respondentes só realizavam os treinos (apesar do desejo de participar de competições), eles sempre estavam acompanhados por um profissional/treinador.

Grande parte (66,6% ou 36 pessoas) possuía bola própria para a prática do vôlei de praia, o que pode evidenciar que muitos jogavam fora dos horários e locais das aulas. Tal informação é relevante, pois, com o crescimento das modalidades esportivas de areia, ocorreu também uma expansão das quadras especializadas em Curitiba (DIÁRIO DE CURITIBA, 2022). Contudo, nos parece que, como só alguns desses locais atuavam com foco também no vôlei de praia, esse crescimento se deu principalmente pela prática do *beach tennis*, com o vôlei de praia e o futvôlei crescendo por consequência ao utilizarem o mesmo espaço de prática/jogo. Assim, muitas quadras possuíam materiais especializados para o *beach tennis*, mas poucas possuíam materiais para o vôlei de praia, de forma que muitos praticantes preferiam comprar as suas próprias bolas para as utilizarem fora do projeto, nos diferentes locais existentes, praticando em espaços adequados, mas com conforto e qualidade por conta própria.

Também foi abordado com quem os respondentes praticavam, com a possibilidade de serem marcadas até três opções. As alternativas mais escolhidas foram com amigos e com colegas de aula, ambas indicadas por 39 pessoas, seguidas de familiares e desconhecidos, cada uma citada por oito respondentes. 73,6% (39) não possuía parceiro fixo e, por praticarem em um grupo de alunos de onde eram formadas as duplas, a maioria dos respondentes (55,5% ou 30 pessoas) jogava com amigos ou colegas de turma/aula. Todavia, ter um parceiro(a) fixo não é algo relevante como demonstrou Cardoso Júnior, Simões e Guimarães (2015), visto que 72% dos cariocas afirmaram não possuírem parceiro(a) fixo. Assim, a interação entre os alunos durante as aulas do projeto, importante também para a evolução dos jogadores, acabava fazendo com que a rotatividade das duplas fosse grande, como no Rio de Janeiro, ainda que lá os motivos fossem outros.

Com relação as lesões sofridas durante a prática da modalidade, foi identificado que 81,4% (44) nunca tinha tido nenhum tipo de lesão, enquanto 18,6% (10) já havia tido algum tipo de problema físico relacionado à modalidade. Um dos motivos para o baixo número de lesões entre os participantes

provavelmente se relaciona com o pouco contato físico entre os atletas da modalidade.

Já na questão sobre a distância entre o local de residência e o de prática, 48,1% (26) dos respondentes moravam entre um e cinco quilômetros do local onde realizavam a atividade esportiva e somente 11,1% (6) morava a mais de 10km. Comparados com os achados de Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015), os resultados são próximos, mas não iguais. A maioria dos respondentes paranaenses morava até 5km de distância do local da prática, enquanto no Rio de Janeiro grande parte morava até um quilômetro. Assim, podemos perceber que morar perto do local onde se pratica era um ponto importante, com a proximidade das praias sendo um fator relevante, diferentemente de Curitiba, onde o praticante precisava se deslocar por distâncias maiores para jogar.

Também foi perguntado sobre o meio de transporte utilizado com mais frequência para ir até o local de prática, sendo observado que a grande maioria (69,1% ou 38 pessoas) ia com o carro próprio, com destaque para os que iam por meio de aplicativo de transporte 12,9% (7) e a pé 9,2% (5), além do fato de nenhum participante da pesquisa utilizar o transporte público. Já metade dos cariocas analisados por Cardoso Junior, Simões e Guimarães (2015) iam a pé para as praias, visto que residiam próximo as mesmas, o que, possivelmente, facilitava a prática da modalidade.

Com relação ao interesse em participar de competições amadoras ou profissionais nos próximos 12 meses, foi observado que 87% (47) tinha o interesse de participar de algum tipo de competição no próximo ano. 3,7% (2) desejava disputar campeonatos profissionais e apenas 9,2% (5) não possuía interesse de participar de competições. Esses resultados evidenciam que, além de treinarem, os respondentes também buscavam a sensação de estarem e de participarem de uma competição, ainda que amadora, onde é possível medir o nível de cada atleta e obter reconhecimento e prestígio pelo bom desempenho esportivo.

A prática de outras atividades físicas e/ou esportivas também foi abordada na pesquisa, com a constatação que 35,1% (19) dos entrevistados tinha o vôlei de praia como única atividade física/esportiva. Os demais respondentes citaram a prática de 14 atividades/modalidades, com destaque para o futebol (7 pessoas), o vôlei de quadra (6), a musculação (6) e a corrida de rua (3). Assim, foi observada uma significativa fidelidade à modalidade com a percepção de que essa fidelidade elevava a cobrança sobre si próprio(a), pois esse respondente fiel só possuía essa atividade para comparar a sua melhora física/esportiva, com os campeonatos sendo os momentos em que ele se comparava com as outras pessoas/jogadores e com si próprio, justificando, assim, o interesse e o desejo identificado de disputar competições da modalidade.

Considerações finais

O objetivo do presente trabalho foi identificar e analisar o perfil e os hábitos de consumo do praticante de vôlei de praia da cidade de Curitiba. A partir desse objetivo, a pesquisa obteve resultados que possibilitam a compreensão de quem era esse praticante: majoritariamente mulheres solteiras, com idade entre 18 e 29 anos, de alta renda e com elevada escolaridade.

Os respondentes julgavam serem de nível intermediário, praticando a modalidade entre um e três anos e com elevado interesse de participar de campeonatos. Concluído o estudo, entendemos que os participantes eram fiéis ao vôlei de praia, não praticando, em sua grande maioria, outra atividade física em paralelo. Tal fato se mostra interessante, pois indica que a modalidade gerava interesse e prazer nos seus praticantes, com as competições fazendo parte de um momento muito importante, já que elas desafiam e motivam os praticantes a treinarem para jogarem melhor os campeonatos e obterem o desejado reconhecimento.

Como implicação teórica da pesquisa podemos citar o início dos estudos sobre o praticante e o consumidor do vôlei de praia no Brasil, já que existem pouquíssimos trabalhos científicos nessa área. Assim, é possível dar continuidade, com a análise do perfil dos praticantes de outros locais do país ou até mesmo comparar estudos relacionados a outros esportes de areia para analisar se o perfil dos praticantes é próximo.

Com relação as implicações práticas, o estudo colabora com os proprietários e profissionais de projetos e locais para a prática do vôlei de areia de Curitiba e de outras cidades brasileiras que não possuem praia, expondo qual é o perfil desse público e como ele interage com a modalidade. Gera-se, dessa forma, informações e uma visão mais ampla para as atividades de marketing e de prospecção de clientes, evidenciando-se o que as aulas de vôlei de praia devem entregar, especialmente na questão sobre o *status* social e a competição, fazendo com que seja mais fácil a elaboração dos planos de aula e a atração, obtenção e fidelização dos alunos/clientes.

A principal limitação do trabalho foi em relação ao questionário, especialmente na parte sobre o nível técnico dos participantes, visto que muitos não souberam com quem deveriam se comparar: se entre os alunos do projeto ou com atletas profissionais, por exemplo. Isso provavelmente explica por que grande parte dos respondentes indicou ser do nível intermediário, apesar de muitos serem, na prática, iniciantes ou avançados na modalidade.

Em relação as sugestões de estudos futuros, a pesquisa pode servir como início de uma linha de pesquisa sobre os esportes de areia, tanto no âmbito do aprofundamento e da exploração do próprio vôlei de praia, quanto na aplicação do questionário utilizado em outros esportes de areia afim de comparar o vôlei de praia com as demais modalidades para analisar se o perfil e os hábitos de prática e de consumo são semelhantes.

Referências Bibliográficas

- Afonso, G. F., & Marchi Júnior, W. (2012). Como pensar o voleibol de praia sociologicamente. *Motriz: Revista de Educação Física*, 18, 72-83.
- Bussab, W. O., & Morettin, P. A. (2017). *Estatística básica*. São Paulo: Saraiva.
- Cardoso Junior, E. L., Simões, C. P., & Guimarães, G. L. (2015). Perfil social dos praticantes de vôlei de praia nas areias de Copacabana. *Rev. Acta Brasileira do Movimento Humano*, 5(4), 1-15.
- Confederação Brasileira de Voleibol. (s.d.). *História do voleibol*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://institucional.cbv.com.br/historia>.
- Confederação Brasileira de Voleibol. (2023). *Vôlei de Praia*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://voleidepraia.cbv.com.br>.
- Costa, M. M. (2007). Esporte de alto rendimento: produção social da modernidade: o caso do vôlei de praia. *Sociedade e Estado*, 22, 35-69.
- Oliveira, L. P., Mourão, L., & Costa, V. L. M. (2010). Mulher e vôlei de praia: memórias de Tia Leah. *Motriz*, 16(2), 300-310.
- Diário de Curitiba. (2022). *Procura por esportes em areia cresce 120% por trimestre*. Acessado em 29 out. 2024, de https://diariodecuritiba.com/2023/01/24/Procura_por_esportes_em_areia_cresce_120_por_trimestre.
- França, F. C. Q. *et al.* (2022). Fatores determinantes para a excelência no vôlei de praia: representações de atletas de elite. *Motrivivência*, 34(65), 1-18.
- Federação Internacional de Voleibol. (2023). *Vôlei de praia: história*. Acessado em 29 out. 2024, de <http://www.fivb.org/EN/beachvolleyball/history.asp>.
- Federação Paulista de Futvôlei. (2022). *Crescimento do esporte*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://futevoleisp.com.br>.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Gomes, I., & Ferreira, I. (2023). *Em 2022, analfabetismo cai, mas continua mais alto entre idosos, pretos e pardos e no Nordeste*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37089-em-2022-analfabetismo-cai-mas-continua-mais-alto-entre-idosos-pretos-e-pardos-e-no-nordeste>.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Essex: Pearson.
- Hemkemair, M. (2022). *Perfil de consumo: entenda o comportamento do consumidor online*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://blog.flexy.com.br/perfil-de-consumo-entenda-o-comportamento-do-consumidor-online/amp>.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Administração de Marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Li, M., Pitts, B. G., & Quarterman, J. (2008). *Research methods in Sport Management*. Morgantown: WV Fitness Information Technology.
- Marques, G. (2020). *Futvôlei, tênis e vôlei de areia em Curitiba*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://www.tribunapr.com.br/viva/futvolei-tenis-e-volei-de-areia-em-curitiba-complexo-de-quadras-traz-a-praia-para-cidade>.
- Marques, J. P. (s.d.). *Vôlei de praia*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://www.todoestudo.com.br/educacao-fisica/volei-de-praia>.
- Morgan, M. J., & Summers, J. (2008). *Marketing Esportivo*. São Paulo: Thomson Learning.
- Mota, C. V. *Calculadora de renda: 90% dos brasileiros ganham menos de R\$ 3.500; confirma sua posição na lista*. Acessado em 29 out. 2024, de <https://economia.uol.com.br/noticias/bbc/2021/12/13/calculadora-de-renda-90-brasileiros-ganham-menos-de-r-35-mil-confira-sua-posicao-lista.htm>.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2004). *Marketing Esportivo*. Porto Alegre: Artmed/Bookman.
- Petcof, S. P., & Capinussú, J. M. (2017). A realidade do voleibol de praia sob a gestão da CBV. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 7(1), 43-58.
- Prodanov, C. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. Novo Hamburgo: Feevale.
- Rein, I., Kotler, P., & Shields, B. (2008). *Marketing Esportivo: a reinvenção do esporte na busca de torcedores*. Porto Alegre: Bookman.
- Stefanello, J. (2007). Situações de estresse no vôlei de praia de alto rendimento: um estudo de caso com uma dupla olímpica. *Rev. Port. Cien. Desp.*, 7(2), 232-44.
- Veal, A. J., & Darcy, S. (2014). *Research methods in sport studies and sport management: A practical guide*. Oxon: Routledge.

Recebido em: janeiro. 2025

Aprovado em: maio. 2025

A **Revista de Gestão e Negócios do Esporte** utiliza o [Open Journal Systems](#) (versão 3.3.0.9), sistema open source, preservando assim, a integridade dos artigos em ambiente de acesso aberto.
