



V SINGEP

Simposio Internacional de Gest3o de Projetos, Inova3o e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

A Relaq3o entre a Percepq3o da Confianq3a Interorganizacional e a Centralidade dos Atores de uma Rede Social Esportiva

RONAN KAYANO GENOINO

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
ronangenoino13@gmail.com

JO3O PAULO DE LARA SIQUEIRA

Universidade Nove de Julho
joaopls@uni9.pro.br



A RELAÇÃO ENTRE A PERCEPÇÃO DA CONFIANÇA INTERORGANIZACIONAL E A CENTRALIDADE DOS ATORES DE UMA REDE SOCIAL ESPORTIVA

Resumo

O presente estudo teve como objetivo analisar a rede social de uma organização esportiva e verificar se a confiança dos atletas em seus departamentos e nos demais atletas está relacionada à centralidade desses atores na estrutura da rede. Inicialmente foi aplicado um questionário com 20 atletas do Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa, para selecionar os cinco departamentos considerados mais importantes. Um novo questionário foi aplicado em outros 30 atletas para mensurar a percepção da confiança em relação a cada um dos cinco departamentos e a três outros atletas com os quais eles tivessem relação. A análise dos resultados foi feita através dos softwares UCINET e SPSS. Os resultados apontaram que a percepção da confiança é maior entre os próprios atletas do que nos diversos departamentos da rede social esportiva em questão. Também verificamos uma relação positiva entre a percepção da confiança nos atores de uma rede social esportiva e a centralidade destes atores na estrutura da rede. Entretanto, os resultados não tiveram a significância estatística esperada.

Palavras-chave: Centralidade; Confiança; Redes Sociais.

Abstract

This study aimed to analyze the social network of a sports organization and see if the trust of athletes in their departments and other athletes is related to the centrality of these actors in the network structure. Initially a questionnaire with 20 athletes in the Olympic Training and Research Center was used to select the five considered most important departments. A new questionnaire was applied to 30 other athletes to measure the perception of trust in relation to each of the five departments and three other athletes with whom they had intercourse. The analysis was performed using the SPSS and UCINET softwares. The results showed that the perception of trust is higher among athletes themselves than in the various departments of the sports social network in question. We also found a positive relationship between the perception of trust in actors of a sports social network and the centrality of these actors in the network structure. However, the results did not have the expected statistical significance.

Keywords: Centrality; Social Networks; Trust.



1. Introdução

O estudo das redes sociais pode trazer entendimentos importantes na área da gestão do esporte, onde uma série de atores e grupos interagem diariamente nos mais diversos setores (Wolfe, Meenaghan & O'Sullivan, 2002). A confiança entre os atores de uma rede pode ser um fator crítico para o sucesso das organizações (Yakovleva, Reilly & Werko, 2010) e o mesmo se aplica no esporte, onde a confiança aparece como um importante atributo na busca da excelência do desempenho esportivo (Greenleaf, Gould & Dieffenbach, 2001).

Segundo Quatman e Chelladurai (2008), o estudo das redes sociais tem importantes aplicações em diversas áreas, sendo muitas delas relacionadas à gestão do esporte. Ele pontua ainda a relevância de estudos das redes através do esporte, devido a capacidade de aplicação de seus resultados em outras áreas. Amis e Silk (2005) também destacam a importância de estudos através da gestão do esporte para o próprio desenvolvimento da área e da expansão da produção de seus conhecimentos.

De acordo com Ibarra e Andrews (1993), a percepção dos indivíduos é moldada por diversos processos sociais e dentro desse contexto as redes sociais tem influência direta no grau de percepção de seus diferentes atores. Existem diversos estudos em torno das redes sociais e um aspecto muito abordado é o da centralidade dos atores da uma rede (Costenbader & Valente, 2003; Ibarra & Andrews, 1993; Lusher, Robins e Kremer, 2010; Prell, Hubacek & Reed, 2009)

A metodologia utilizada no estudo das redes é a Análise das Redes Sociais, que procura observar não só os atributos individuais de seus atores, mas as relações que surgem entre eles, como estes estão posicionados na rede e como são estruturadas estas relações (Prell et al., 2009).

O presente estudo teve como objetivo analisar a rede social de uma organização esportiva e verificar se a confiança dos atletas em seus departamentos e nos demais atletas está relacionada à centralidade desses atores na estrutura da rede. Os resultados obtidos demonstraram um alto grau de percepção da confiança dos atletas da rede analisada, com uma correlação moderadamente positiva entre a percepção da confiança e a centralidade dos atores na estrutura da rede. Entretanto, os resultados não tiveram significância estatística, o que indica a necessidade do estudo ser mais elaborado.

2. Referencial Teórico

2.1 Redes Sociais e Análise de Redes Sociais

As redes podem ser entendidas como um conjunto de indivíduos ou organizações interligados por meio de relações de tipos diversos, onde, tradicionalmente, os indivíduos ou organizações que compõem os nós da rede são chamados de atores e as ligações estabelecidas entre eles de laços (Lazzarini, 2008).

De acordo com Ferrary e Granovetter (2009), as redes sociais têm estruturas complexas, com diversos atores interagindo entre si, de forma heterogênea, com diferentes competências e funções dentro da rede. Os atores pontuam ainda que as redes se caracterizam por não serem dependentes de uma hierarquia formal, as interações sociais entre seus atores ocorrem de forma independente e dinâmica.

A análise das redes sociais tem grande importância no campo das ciências sociais, podendo ser aplicada no estudo do comportamento humano. A análise de redes estuda como os comportamentos ou as opiniões dos indivíduos dependem das estruturas em que eles se inserem, onde a unidade de análise é o conjunto de relações que os indivíduos estabelecem



através de suas interações uns com os outros (Marteleto, 2001).

A Análise de Redes Sociais (ARS) é uma metodologia de estudo das redes sociais, que tem como base o estudo das relações estabelecidas entre os diferentes atores de uma rede. Mizruchi (2006) pontua que em tese, a análise de redes é aplicável a virtualmente qualquer assunto empírico.

Segundo Farina (2014), a ARS é uma forma distinta de pesquisa utilizada pela ciência e é aplicada em diversos fenômenos nos quais a importância está nas relações entre os atores que interagem nesse fenômeno. Um dos aspectos que pode ser abordados através da análise das redes é o da centralidade dos atores.

2.2 Centralidade

A centralidade indica a capacidade de um determinado ator se comunicar com os demais atores de uma rede e é estudada no contexto da análise estrutural das redes sociais (Costenbader e Valente, 2003). Lazzarini (2008) relata que dois indicadores de centralidade são mais utilizados: a centralidade de grau (*degree*) e a centralidade de meio (*betweenness*). Já Rowley (1997) indica três tipologias de centralidade mais abordadas pela literatura, trazendo além da centralidade de grau e de meio, a centralidade de proximidade (*closeness*).

Costenbader e Valente (2003) definem a centralidade de grau como a medida do número de laços diretamente ligados a um determinado nó e a centralidade de meio como a frequência em que um nó está presente no caminho mais curto entre outros nós da rede. Já a centralidade de proximidade determina a habilidade de um ator de acessar de forma independente todos os outros atores da rede (Freeman, 1979).

Sacerdote (2013) aborda a centralidade do ponto de vista da Análise de Redes Sociais, como sendo uma medida atribuída ao ator de uma rede, que indica o nível de acesso as informações e a capacidade deste intermediar e disseminar as informações aos demais atores, podendo inclusive controlar o fluxo destas informações. Atores com maior grau de centralidade são capazes de trocar informações mais facilmente com os demais, além de influenciá-los com seus pontos de vista, se tornando assim mais influentes dentro da rede.

2.3 Confiança

A confiança é considerada um fator crítico de sucesso em um relacionamento e pode ser entendida como a crença de uma parte de que suas necessidades serão atendidas através das ações tomadas por outra parte (Kim & Trail, 2011). Lusher et al. (2010) colocam a confiança como uma das interações sociais que surgem através do relacionamento entre diferentes atores dentro de uma rede social. Segundo Granovetter (2005) “a confiança, a qual eu entendo como a convicção de que outros irão fazer a coisa certa mesmo diante de um claro balanço de incentivos contrários, emerge, se esse for o caso, no contexto de uma rede social” (p.34).

A confiança é um importante indicador para um melhor entendimento de aspectos como desenvolvimento, comunicação, relações pessoais e comportamento organizacional (Couch & Jones, 1997). Yakovleva et al. (2010) definem a confiança como a predisposição de um ator a ficar vulnerável as ações de outro, baseado na expectativa de que este irá tomar decisões e ações que lhe serão importantes.

A confiança é uma dinâmica integrada dentro das parcerias, sendo um fator chave nas relações interorganizacionais, em que há pouca estrutura formalizada (Shaw & Allen, 2006), como é o caso das redes sociais. Este mesmo autor define a confiança como a capacidade de acreditar na boa vontade do outro ou ainda como a cola que mantém parceiros de negócios



juntos, ressaltando a importância da confiança para a manutenção das parcerias.

Para Zaheer, McEvily e Perrone (1998), a confiança nos relacionamentos tem influência direta nos processos organizacionais e no desempenho, tendo como resultado negociações mais tranquilas e conflitos reduzidos. Eles pontuam ainda que a confiança organizacional exerce um papel de direcionador de desempenho nas trocas, negociações e conflitos e estabelece as condições necessárias a mecanismos de governança bilaterais.

A relação entre a confiança e o desempenho também está presente na literatura da Gestão do Esporte, como em um trabalho de Jowett e Cockerill (2003), onde através de um estudo com atletas medalhistas olímpicos, os autores verificaram a percepção da confiança como ponto crucial no relacionamento entre atletas e treinadores, um dos pontos-chaves no desempenho esportivo (Greenleaf et al., 2001).

3. Desenvolvimento Conceitual

Um estudo publicado por Ibarra e Andrews (1993) abordou a influência das interações na rede de uma agência de publicidade na percepção de seus funcionários a respeito da facilitação ou inibição da criatividade, onde os resultados apontaram que as redes moldam a percepção dos indivíduos, tendo mais influência do que aspectos individuais. Neste estudo, os autores abordaram a centralidade e a proximidade da rede, este último sendo um indicador do grau de relacionamento pessoal entre atores da rede.

Segundo Provan, Fish e Sydow (2007), o estudo das redes tem implicações importantes para as organizações, inclusive aquelas sem fins lucrativos, já que uma rede melhor estruturada gera mais benefícios individuais a todos seus atores. As redes sociais tem sido objeto constante de estudo das ciências humanas, com destaque para a abordagem de como as redes sociais podem ser utilizadas para analisar a confiança (Sabater & Sierra, 2002). O presente estudo tem como objetivo estudar a relação entre a centralidade dos atores, atributo que surge dos relacionamentos estabelecidos dentro de uma rede social e a percepção da confiança.

Quatman e Chelladurai (2008) apontam uma tendência cada vez maior de estudos relacionados as redes na Gestão do Esporte, com resultados aparentemente aplicáveis a outras áreas das ciências sociais. Com base nesta premissa, este estudo será feito a partir da análise de uma rede esportiva: o processo de formação de atletas realizado no Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa, onde diversos departamentos atuam em rede, trabalhando em conjunto com um mesmo objetivo em comum: promover o desenvolvimento de atletas e equipes competitivas nas categorias de base, com apoio e suporte técnicos efetivos (missão) e ser um centro público de excelência em esporte no município de São Paulo, formando e encaminhando atletas de alto rendimento para o esporte brasileiro (visão).

De acordo com Ibarra e Andrews (1993), a centralidade influencia na percepção dos indivíduos, seja pela definição do status ou posição de um ator no contexto social mais amplo ou pelos efeitos relacionados as influências sociais produzidas pelas interações específicas de cada ator. Com o objetivo de verificar a relação da centralidade dos atores na percepção da confiança, a questão de pesquisa deste estudo é:

A percepção da confiança dos atletas nos departamentos e demais atletas de uma rede social esportiva tem relação com a centralidade destes atores na estrutura da rede?

O estudo se justifica ainda devido a relação estabelecida entre a confiança e o desempenho no esporte. Mach, Dolan e Tzafir (2010) pontuam que a confiança proporciona um melhor ambiente de trabalho no âmbito esportivo, o que resulta em um melhor



desempenho e em melhores resultados esportivos. Ambientes com maior grau de harmonia e coesão entre atletas e os demais atores tem maior potencial de melhorar o desempenho esportivo e por outro lado, ambientes onde os atletas não confiam uns nos outros, nos treinadores e nos gestores estão mais propensos a piores resultados.

4. Metodologia

O estudo foi feito a partir da aplicação de questionários aplicados com atletas do Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa. Os atletas deveriam ter um mínimo de 12 anos, podendo ser homens ou mulheres e de qualquer uma das 10 modalidades praticadas no local (Atletismo, Basquete, Boxe, Futebol, Ginástica Artística, Handebol, Judô, Luta Olímpica, Natação e Voleibol). Eles foram selecionados aleatoriamente, através de sorteio feito com o número de suas matrículas.

Em um primeiro momento, com o objetivo de selecionar cinco departamentos do Centro Olímpico, foi aplicado um questionário (Anexo 1) com 20 atletas, onde os mesmos deveriam indicar cinco de um total de dez diferentes departamentos do Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa (Administrativo, Associação Desportiva Centro Olímpico, Centro de Excelência em Medicina do Esporte, Comissão Técnica, Diretoria, Fisioterapia, Laboratório de Fisiologia do Exercício, Psicologia, Secretaria de Esportes, Lazer e Recreação e Serviço Social), por sua ordem de importância.

A partir daí, foi aplicado um segundo questionário (Anexo 2), com outros 30 atletas, para mensurar a percepção da confiança em relação a cada um dos cinco departamentos e a três outros atletas com os quais eles tivessem relação. Neste mesmo questionário foi observado o número de contatos semanais dos atletas com cada departamento e com os demais atletas, para configuração da rede social em estudo. Também foi verificado, através da agenda de cada departamento, o número de contatos semanais interdepartamental.

Para mensurar a percepção da confiança dos atletas, utilizamos como base uma pesquisa de McEvily e Tortoriello (2011) em que os autores analisaram 171 artigos, em um espaço de 48 anos, a respeito de como se fazer a mensuração da confiança. Eles chegaram a indicação de cinco trabalhos, tendo como principais requisitos a análise criteriosa do desenvolvimento conceitual dos modelos e a necessidade destes terem sido validados empiricamente. Além disso, os estudos deveriam ter como objetivo principal, o desenvolvimento e validação de como se fazer a mensuração da confiança e uma abordagem multidimensional da confiança.

Dentre os cinco estudos selecionados pelos autores: McAllister (1995), Currall e Judge (1995), Cummings e Bromiley (1996), Mayer e Davis (1999) e Gillespie (2003), selecionamos o trabalho de Cummings e Bromiley (1996) para o presente estudo, por este ter sido desenvolvido para medir a confiança no nível interorganizacional (McEvily & Tortoriello, 2011), em situações onde existe a presença de diversas organizações ou indivíduos trabalhando em conjunto, exatamente o escopo de nosso trabalho.

Já para a análise da estrutura de rede e da centralidade de seus atores, escolhemos o software UCINET (Borgatti, Everett & Freeman, 2002), que de acordo com Scott (2012) é um dos softwares mais importantes e de fácil acesso para o estudo das redes. Segundo Meirelles, Sacomano, Telles e Siqueira (2013) o programa UCINET é o sistema mais completo para analisar a estrutura de uma rede social, possibilitando analisar diversas características estruturais da rede, como por exemplo o grau de centralidade.

Por fim, utilizamos o Software SPSS para verificar a correlação entre a percepção da confiança e a centralidade dos atores da rede.



5. Análise dos Resultados

O resultado do primeiro questionário apontou que os cinco departamentos mais importantes na opinião dos atletas são: Administrativo, Associação Desportiva Centro Olímpico, Centro de Excelência de Medicina do Esporte, Comissão Técnica e Fisioterapia (Tabela 1). Estes Departamentos foram incluídos no segundo questionário, aplicado posteriormente.

Tabela 1 – Ordem de Importância dos Departamentos na opinião dos Atletas

Departamento	Mantém Relação		Ordem de Importância (média)
	Sim	Não	
1. Administrativo*	3 (15%)	17 (85%)	5.5
2. Associação Desportiva Centro Olímpico*	12 (60%)	8 (40%)	5.5
3. Centro de Excelência de Medicina do Esporte*	20 (100%)	0 (0%)	3.15
4. Comissão Técnica*	20 (100%)	0 (0%)	2
5. Diretoria	1 (5%)	19 (95%)	6.1
6. Fisioterapia*	16 (80%)	4 (20%)	3.4
7. Laboratório de Fisiologia do Exercício	2 (10%)	18 (90%)	7.15
8. Psicologia	4 (20%)	16 (80%)	6.95
9. Secretaria de Esportes	6 (30%)	14 (70%)	7.8
10. Serviço Social	12 (60%)	8 (40%)	6.9

* Departamentos selecionados

Os resultados do segundo questionário apontaram um alto grau de percepção de confiança dos atletas do Centro Olímpico nos diferentes departamentos, com destaque para a percepção da confiança nos demais atletas. A média da percepção da confiança foi maior que 5 para todos os departamentos, o que aponta para uma percepção positiva dos atletas. A maior média foi em relação a Comissão Técnica, seguida pela Fisioterapia e Centro de Excelência de Medicina do Esporte. Já em relação aos demais atletas a média foi de 6.60, próximo ao máximo que poderia ser obtido, o que demonstra um maior grau de percepção de confiança entre os próprios atletas do que nos demais departamentos da rede social esportiva (Tabela 2). Os valores da confiança nos atletas, que no questionário foram mensurados em uma escala de 0 a 10, foram ajustados para uma escala de 1 a 7, para ficarem compatíveis com os valores obtidos para os departamentos.

Tabela 2 – Percepção da Confiança

Ator da Rede	Média	Desvio Padrão
Administrativo	5.12	0.85
A.D. Centro Olímpico	5.20	0.89
Centro Médico	5.44	1.14
Comissão Técnica	5.92	1.40
Fisioterapia	5.46	1.04
Outros Atletas	6.60	0.32



Para se verificar a centralidade dos atores, foi feita uma matriz, com o número de contatos semanais entre os departamentos e a média do número de contatos semanais dos atletas com cada departamento.

Matriz 1 – Número de contatos semanais entre os atores da rede

	Administrativo	A.D. Centro Olímpico	Centro Médico	Comissão Técnica	Fisioterapia	Atletas
Administrativo		1	0	5	0	1,1
A.D. Centro Olímpico	1		0	3	0	1,9
Centro Médico	0	0		3	5	1,4
Comissão Técnica	5	3	3		3	2,6
Fisioterapia	0	0	5	3		1,7
Atletas	1,1	1,9	1,4	2,6	1,7	

Os dados obtidos foram analisados através do Software UCINET, onde foi verificado que os atores mais centrais da rede são os departamentos Administrativo, Comissão Técnica e os próprios atletas (Tabela 3).

Tabela 3 – Centralidade dos Atores

Ator da Rede	Centralidade de Grau	Centralidade de Meio	Centralidade de Proximidade
Administrativo	0.833	0.889	0.121
A.D. Centro Olímpico	0.500	0.727	0.023
Centro Médico	0.667	0.800	0.058
Comissão Técnica	0.833	0.889	0.121
Fisioterapia	0.667	0.800	0.058
Outros Atletas	0.833	0.889	0.121

O último resultado obtido (Tabela 4), da correlação entre a percepção da confiança e a centralidade dos atores, indica uma correlação positiva moderada (r entre 0.40 e 0.59), conforme a escala proposta por Evans (1996), entre a percepção da confiança e os diferentes indicadores de centralidade. Entretanto, os resultados não tiveram significância estatística ($p > 0,01$).



Tabela 4 – Correlações

		V1 Confiança	V2 Centralidade De Grau	V3 Centralidade De Meio	V4 Centralidade De Proximidade
V1 Confiança	Correlação de Pearson	1	,527	,531	,534
	Sig. (1 extremidade)		,141	,139	,138
	N	6	6	6	6
V2 Centralidade de Grau	Correlação de Pearson	,527	1	,998**	,987**
	Sig. (1 extremidade)	,141		,000	,000
	N	6	6	6	6
V3 Centralidade de Meio	Correlação de Pearson	,531	,998**	1	,995**
	Sig. (1 extremidade)	,139	,000		,000
	N	6	6	6	6
V4 Centralidade de Proximidade	Correlação de Pearson	,534	,987**	,995**	1
	Sig. (1 extremidade)	,138	,000	,000	
	N	6	6	6	6

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (1 extremidade).

6. Considerações Finais

O presente estudo demonstrou a importância dos estudos das redes sociais na área da gestão do esporte e sua aplicabilidade para outras áreas de estudo, o que evidencia a importância das pesquisas sobre redes no meio acadêmico. Outra observação importante foi a relação entre a confiança, um dos atributos mais estudados dentro das redes sociais, com o desempenho e os resultados, tanto no âmbito esportivo, como no âmbito empresarial.

Os resultados obtidos da percepção da confiança demonstram que ela é maior entre os próprios atletas do que em relação aos diversos departamentos da rede social esportiva em questão, o que indica uma maior propensão dos atletas de confiar nas pessoas de seu grupo próprio grupo social do que em outros atores com que elas estabeleçam relação em seu dia a dia.

Em relação à questão de pesquisa, os resultados indicam que existe uma relação positiva entre a percepção da confiança nos atores de uma rede social esportiva e a centralidade destes atores na estrutura da rede. Porém, os resultados não alcançaram a significância estatística necessária, o que demonstra que o estudo deve ser mais elaborado, para possivelmente alcançar resultados com relevância científica.

7. Referências

- Amis, J., & Silk, M. (2005). Rupture: Promoting critical and innovative approaches to the study of sport management. *Journal of Sport Management*, 19(4), 355.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). Ucinet for Windows: Software for social network analysis.
- Coser, C. (2003). Relações Interorganizacionais e Estruturas Institucionais: Um Estudo no Espaço Social de Videira. *Curitiba: UFPR*.
- Costenbader, E., & Valente, T. W. (2003). The stability of centrality measures when networks are sampled. *Social networks*, 25(4), 283-307.
- Couch, L. L., & Jones, W. H. (1997). Measuring levels of trust. *Journal of research in personality*, 31(3), 319-336.
- Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The organizational trust inventory (OTI). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 302, 330.



- Evans, J. D. (1996). *Straightforward statistics for the behavioral sciences*. Brooks/Cole.
- Farina, M. C. Análise de redes sociais. *Programa de Pós-Graduação em Comunicação–Universidade Municipal de São Caetano do Sul (PPGCOM-USCS)*, 127.
- Ferrary, M., & Granovetter, M. (2009). The role of venture capital firms in Silicon Valley's complex innovation network. *Economy and Society*, 38(2), 326-359.
- Freeman, L. C. (1979). Centrality in social networks conceptual clarification. *Social networks*, 1(3), 215-239.
- Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of economic perspectives*, 33-50.
- Greenleaf, C., Gould, D., & Dieffenbach, K. (2001). Factors influencing Olympic performance: interviews with Atlanta and Nagano US Olympians. *Journal of applied sport psychology*, 13(2), 154-184.
- Ibarra, H., & Andrews, S. B. (1993). Power, social influence, and sense making: Effects of network centrality and proximity on employee perceptions. *Administrative science quarterly*, 277-303.
- Jowett, S., & Cockerill, I. M. (2003). Olympic medallists' perspective of the athlete-coach relationship. *Psychology of sport and exercise*, 4(4), 313-331.
- Kim, Y. K., & Trail, G. (2011). A conceptual framework for understanding relationships between sport consumers and sport organizations: A relationship quality approach. *Journal of Sport Management*, 25(1), 57-69.
- Lazzarini, S. G. (2008). *Empresas em rede*. São Paulo: Cengage Learning, 17-34.
- Lusher, D., Robins, G., & Kremer, P. (2010). The application of social network analysis to team sports. *Measurement in physical education and exercise science*, 14(4), 211-224.
- Mach, M., Dolan, S., & Tzafir, S. (2010). The differential effect of team members' trust on team performance: The mediation role of team cohesion. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(3), 771-794.
- Marteletto, R. M. (2001). Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da informação*, 30(1), 71-81.
- McEvily, B., & Tortoriello, M. (2011). Measuring trust in organisational research: Review and recommendations. *Journal of Trust Research*, 1(1), 23-63.
- Meirelles, C. L., Sacomano, J. B., Telles, R., & Siqueira, J. P. L. (2013, November). REDES SOCIAIS: FERRAMENTA DE GESTÃO DE DESEMPENHO. In *Proceedings of World Congress on Systems Engineering and Information Technology* (Vol. 1, pp. 163-167).
- Mizruchi, M. S. (2006). Análise de redes sociais: avanços recentes e controvérsias atuais. *RAE-revista de administração de empresas*, 46(3), 72-86.
- Provan, K. G., Fish, A., & Sydow, J. (2007). Interorganizational networks at the network level: A review of the empirical literature on whole networks. *Journal of management*, 33(3), 479-516.
- Prell, C., Hubacek, K., & Reed, M. (2009). Stakeholder analysis and social network analysis in natural resource management. *Society and Natural Resources*, 22(6), 501-518.
- Quatman, C., & Chelladurai, P. (2008). Social network theory and analysis: A complementary lens for inquiry. *Journal of Sport Management*, 22(3), 338.
- Rowley, T. J. (1997). Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences. *Academy of management Review*, 22(4), 887-910.
- Sabater, J., & Sierra, C. (2002, July). Reputation and social network analysis in multi-agent systems. In *Proceedings of the first international joint conference on Autonomous agents and multiagent systems: part 1* (pp. 475-482). ACM.



- Sacerdote, H. C. S., & Fernandes, J. H. C. (2013). Investigando as Interações em um Ambiente Virtual de Aprendizagem por meio da Análise de Redes Sociais. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 4(1), 129-146.
- Sallent, O., Palau, R., & Guia, J. (2011). Exploring the legacy of sport events on sport tourism networks. *European Sport Management Quarterly*, 11(4), 397-421.
- Scott, J. (2012). *Social network analysis*. Sage.
- Shaw, S., & Allen, J. B. (2006). "It basically is a fairly loose arrangement... and that works out fine, really." Analysing the Dynamics of an Interorganisational Partnership. *Sport management review*, 9(3), 203-228.
- Wolfe, R., Meenaghan, T., & O'Sullivan, P. (2002). The sports network: Insights into the shifting balance of power. *Journal of Business Research*, 55(7), 611-622.
- Yakovleva, M., Reilly, R. R., & Werko, R. (2010). Why do we trust? Moving beyond individual to dyadic perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 95(1), 79.
- Zaheer, A., McEvily, B., & Perrone, V. (1998). Does trust matter? Exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization science*, 9(2), 141-159.

8. Anexos

1. Questionário de ordem de importância dos departamentos (Coser, 2003)

Você certamente estabelece relações com muitos departamentos do Centro Olímpico. Por favor, aponte a partir da lista abaixo os departamentos com os quais você se relaciona, apontando a ordem de importância das relações com cada um deles.

Departamento	Mantém Relação	Ordem de Importância (1 a 10)
1. Administrativo		
2. Associação Desportiva Centro Olímpico		
3. Centro Médico		
4. Comissão Técnica		
5. Diretoria		
6. Fisioterapia		
7. Laboratório de Fisiologia do Exercício		
8. Psicologia		
9. Secretaria de Esportes		
10. Serviço Social		

2. Questionário de Confiança Organizacional (Cummings & Bromiley, 1996)

Por favor, indique um número de 1 a 7, em cada coluna a direita de cada afirmação que melhor descreva a sua opinião em relação ao departamento que está sendo avaliado.

Na última linha, indique o número médio de contatos semanais que você tem com cada departamento.

Legenda:

- 1- Discordo totalmente
- 2- Discordo
- 3- Discordo parcialmente
- 4- Nem concordo nem discordo
- 5- Concordo parcialmente
- 6- Concordo
- 7- Concordo totalmente



Frases sobre confiança	Administrativo	A. D. Centro Olímpico	Centro Médico	Comissão Técnica	Fisioterapia
1. Eu acho que as pessoas neste departamento dizem a verdade nos acordos (1 a 7).					
2. Eu acho que este departamento cumpre as obrigações acordadas conosco (1 a 7).					
3. Na minha opinião, este departamento é confiável (1 a 7).					
4. Eu acho que as pessoas neste departamento obtém sucesso passando por cima dos outros (1 a 7).					
5. Eu sinto que este departamento tenta manter o controle e o domínio da situação (1 a 7).					
6. Eu acho que este departamento leva vantagem de nossos problemas (1 a 7).					
7. Eu sinto que este departamento negocia conosco de forma honesta (1 a 7).					
8. Eu sinto que este departamento irá manter sua palavra (1 a 7).					
9. Eu acho que este departamento não nos induz ao erro (1 a 7).					
10. Eu sinto que este departamento tenta fugir de suas obrigações (1 a 7).					
11. Eu sinto que este departamento negocia expectativas em comum de forma justa (1 a 7).					
12. Eu sinto que este departamento leva vantagem de pessoas em posição vulnerável (1 a 7).					
NÚMERO MÉDIO DE CONTATOS SEMANAIS (0 a 7)					

Por favor, indique três atletas com os quais você tem contato no Centro Olímpico, dê uma nota de 0 a 10 para a confiança que você tem neles e indique o número médio de contatos semanais que você tem com cada um deles.

NOME DO ATLETA	NOTA PARA A CONFIANÇA (0 a 10)	NÚMERO MÉDIO DE CONTATOS SEMANAIS (0 a 7)