

**USO DO MATCHDAY POR CLUBES DE FUTEBOL:
UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DAS RELAÇÕES PÚBLICAS EM NOVOS
COMPORTAMENTOS DE FÃS DE ESPORTES**

REIS, Daniel; (CAMPOS, Anderson Gurgel)

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a transformação do futebol de uma forma de entretenimento para um modelo de negócio, no qual os clubes precisam fortalecer sua marca, imagem e reputação diante dos fenômenos contemporâneos e da necessidade de considerar seus torcedores como consumidores, compreendendo suas necessidades. Nesse sentido, abordaremos a importância do profissional de relações públicas para que os clubes possam se posicionar no mercado, especialmente em relação ao dia do jogo (Match Day) e às tendências do mercado, com foco na experiência do consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: futebol; matchday; relações públicas; consumidor esportivo.