

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE OS REGULAMENTOS DA MAJOR LEAGUE SOCCER E DO CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

TI ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS MODELOS DE GESTIÓN DE LA LIGA NORTEAMERICANA DE FÚTBOL Y CAMPEONATO BRASILEÑO DE FÚTBOL

COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN THE MODELS OF MANAGEMENT OF THE NORTH AMERICAN LEAGUE OF FOOTBALL AND THE BRAZILIAN FOOTBALL CHAMPIONSHIP

Pedro Siqueira Broglio *

broglio.unicamp@gmail.com

Giovanni Saccon Toledo *

giovanni_19@globomail.com

Leandro Carlos Mazzei *

leandromazzei@gmail.com

* UNICAMP, Campinas – Brasil

Resumo Resumen Abstract

Mesmo não possuindo apelo histórico e cultural, a Major League Soccer (MLS) alcançou entre o ano de 2014 e 2017 a média de 21.125 espectadores. O Campeonato Brasileiro de Futebol no mesmo período teve uma média de público de 17.069. As explicações desses dados podem ser, dentre outros fatores, as características existentes nos respectivos formatos dos principais eventos de futebol existentes nesses países, além das influências de políticas, estrutura, sistemas e visão de gestão de seus responsáveis. Assim, o principal objetivo desse estudo é apresentar um dos fatores que pode justificar a diferença dos números relacionados com a média de público entre a MLS e o Campeonato Brasileiro de Futebol. A metodologia utilizada foi a pesquisa qualitativa através de análise documental, utilizando-se de informações disponíveis nos regulamentos dos campeonatos, respectivamente MLS Roster Rules and Regulations 2018 e Regulamento Específico da Competição Campeonato Brasileiro da Série A 2018. A coleta de dados se deu em 2018. Para o tratamento dos dados e aplicação de estatística descritiva, foi utilizado o programa Microsoft Office Excel 2013. Foram realizadas análises nos documentos quanto ao Sistema de Disputa; Critério de Participação das equipes; Regras quanto ao sistema Financeiro das Equipes, especificamente: distribuição de receitas, regras de contratação de jogadores, normas sobre o passe dos atletas e teto salarial. Os resultados identificados proporcionam algumas conclusões. Apesar de toda história construída pelo futebol brasileiro, ele vem perdendo grande visibilidade no cenário mundial, principalmente quando nós referimos ao Campeonato Brasileiro de Futebol e a organização responsável por ele. Para mudar esse cenário devemos investir principalmente na formação dos nossos futuros gestores, onde já que há uma carência relacionada à formação de gestores do esporte no Brasil e também uma falta de visão em não reconhecer a importância da gestão do esporte no futebol, dificultando assim a reciclagem administrativa dos clubes, federações e confederação.

PALAVRAS CHAVE: Ligas; Gestão do Esporte; Futebol.

...

A pesar de no tener atractivo histórico y cultural, la Major League Soccer (MLS) alcanzó entre el año 2014 y el 2017 el promedio de 21.125 espectadores. El Campeonato Brasileño de Fútbol en el mismo período tuvo un promedio de público de 17.069. Las explicaciones de estos datos pueden ser, entre otros factores, las características existentes en los respectivos formatos de los principales eventos de fútbol existentes en esos países, además de las influencias de políticas, estructura, sistemas y visión de gestión de sus responsables. Así, el principal objetivo de este estudio es presentar uno de los factores que puede justificar la diferencia de los números relacionados con el promedio de público entre la MLS y el Campeonato Brasileño de Fútbol. La metodología utilizada fue la investigación cualitativa a través de análisis documental, utilizando informaciones disponibles en los reglamentos de los campeonatos, respectivamente MLS Roster Rules and Regulations 2018 y Reglamento Específico de la Competición Campeonato Brasileiro de la Serie A 2018. La recolección de datos se dio en 2018 Para el tratamiento de los datos y aplicación de estadística descriptiva, se utilizó el programa Microsoft Office Excel 2013. Se realizaron análisis en los documentos en cuanto al Sistema de Disputa; Criterio de Participación de los equipos; Reglas en cuanto al sistema financiero de los equipos, específicamente: distribución de ingresos, reglas de contratación de jugadores, normas sobre el pase de los atletas y techo salarial. Los resultados identificados proporcionan algunas conclusiones. A pesar de toda historia construida por el fútbol brasileño, ha venido perdiendo gran visibilidad en el escenario mundial, principalmente cuando referimos al Campeonato Brasileño de Fútbol y la organización responsable de él. Para cambiar ese escenario debemos invertir principalmente en la formación de nuestros futuros gestores, donde ya hay una carencia relacionada a la formación de gestores del deporte en Brasil y también una falta de visión en no reconocer la importancia de la gestión del deporte en el fútbol, dificultando así reciclaje administrativo de los clubes, federaciones y confederación.

PALABRAS CLAVE: Ligas; Gestión; Fútbol.

...

Although not having a historical and cultural appeal, Major League Soccer (MLS) reached between 2014 and 2017 the average of 21,125 spectators. The Brazilian Football Championship in the same period had an average audience of 17,069. The explanations of these data can be, among other factors, the characteristics existing in the respective formats of the main football events in these countries, besides the influences of policies, structure, systems and management vision of those responsible. Thus, the main objective of this study is to present one of the factors that can justify the difference of the numbers related to the average public between MLS and the Brazilian Soccer Championship. The methodology used was the qualitative research through documentary analysis, using information available in the regulations of the championships, respectively MLS Roster Rules and Regulations 2018 and Specific Regulation of the Brazilian Championship Series A 2018. The data collection took place in 2018 For the treatment of the data and application of descriptive statistics, we used the program Microsoft Office Excel 2013. Analyzes were made in the documents regarding the Dispute System; Criterion of Participation of the teams; Rules regarding the Financial System of the Teams, specifically: revenue distribution, rules for hiring players, rules on athletes' pass and salary ceiling. The results identified provide some conclusions. Despite all history built by Brazilian football, it has lost great visibility on the world stage, especially when we refer to the Brazilian Football Championship and the organization responsible for it. To change this scenario we must invest mainly in training our future managers, where there is a lack related to the training of managers of the sport in Brazil and also a lack of vision in not recognizing the importance of sport management in football, administrative recycling of clubs, federations and

confederation.

KEYWORDS: Leagues; Football; Management.

1. Introdução

Os Estados Unidos podem ser considerados o berço da (gestão do) esporte profissional (Masteralexis, Barr, & Hums, 2011). Seu modelo ou 'sistema' esportivo difere de outros existentes no mundo. Em relação às ligas, a Major League Baseball (MLB), National Basketball Association (NBA), National Football League (NFL), National Hockey League (NHL) e Major League Soccer (MLS), dentre outras, são exemplos mundiais de entretenimento esportivo. As ligas esportivas profissionais norte-americanas são reconhecidas pelos seus níveis competitivos e esportivos, sendo que as médias de espectadores dessas ligas são significativamente maiores se comparados com boa parte de acontecimentos semelhantes espalhados por outros países do mundo (Masteralexis, 2015; Smolianov & Zakus, 2008). Com exceção da MLS e outras, as ligas esportivas norte-americanas são conhecidas como "Big-Four" (MLB, NBA, NFL, NHL), pois possuem as maiores receitas financeiras do planeta em termos de eventos/ligas esportivas (Mattar, 2014). Desta forma, é nos levado a crer que o sucesso esportivo e econômico das ligas norte-americanas é desfecho de um modelo de gestão orientado para negócios e entretenimento. Além disso, as ligas norte-americanas possuem um nível de profissionalização em todas as suas estruturas, envolvendo desde os jogadores e até determinados parâmetros que regulam suas atuações enquanto organizações esportivas, como por exemplo, a sustentabilidade e competitividade de suas existências enquanto evento esportivo (Mattar, 2014).

De forma específica, as ligas norte-americanas são empresas franqueadoras que tem como função primordial criar e garantir que sejam cumpridas regras e normas que aumentem o interesse dos fãs, equipes, jogos e demais interessados. Dentre suas funções, estão decisões de localização das franquias, a viabilidade de locais, a quantidade de locais que pode ter equipes instaladas, quem pode administrar uma franquia, os direitos territoriais - que evitam a disputa de duas franquias pelo mesmo mercado -, e como serão distribuídos os recursos entre as equipes (Masteralexis, 2015). Não menos importante e ainda sob a responsabilidade das ligas, estão a negociação dos direitos de transmissão com os canais de mídia e o ajuste salarial dos atletas, sendo também intermédio dos conflitos entre empregados e empregadores (Mattar, 2014).

Sobre uma liga norte-americana Major League Soccer, alguns números chamam atenção. A principal liga masculina de futebol nos Estados Unidos foi criada em 1996, respondendo uma determinação da FIFA no processo que resultou na organização da Copa do Mundo FIFA de 1994 nos EUA. É uma liga que possui em sua estrutura uma gestão centralizada, onde os jogadores não pertencem aos clubes e sim a liga (MLS Brasil, 2016). Por outro lado, a MLS é composta por franquias (times) pertencentes a ela, os quais são geridos por investidores. Em sua primeira temporada, o campeonato contou com dez equipes e com alguns estádios que foram construídos para o Mundial de 1994. Após a exaltação inicial da MLS, a liga passou por um período conturbado, onde presenciou a diminuição da média de público nos estádios e a

queda da audiência televisiva. Consequentemente, houve um prejuízo financeiro à MLS (MLS Brasil, 2016).

Entretanto, o futebol (masculino) nos Estados Unidos renasceu, um pouco por conta do sucesso no futebol feminino, e em parte em razão do período e desempenho esportivo que culminou com a campanha da seleção do país na Copa do Mundo de 2002, na qual os americanos alcançaram as quartas de finais (MLS Brasil, 2016). Hoje a MLS conta com 23 equipes divididas em duas conferências, esses times disputando um campeonato com sistema fechado, sem acesso ou rebaixamento das equipes, onde os 6 melhores classificados da primeira fase de cada conferência (12 times no total) disputam os “playoffs” em dois jogos eliminatórios para conhecer o campeão da temporada (MLSoccer, 2018).

O futebol nos Estados Unidos não é o primeiro esporte em termos culturais e populares. Nesses termos, podem ser citados a National Football League, a National Basketball Association e Major League Baseball. Porém em relação aos campeonatos de futebol de outros países, a Major League Soccer consegue atrair mais torcedores (FOX Sports, 2017). Assim, mais importante que o descritivo da MLS e contexto esportivo norte-americano, o que chama a atenção está no fato da média de público da MLS nas últimas temporadas.

Por exemplo, pode-se afirmar que houve uma média de público maior na MLS do que no Campeonato Brasileiro no período de 2014 à 2017 (Figura 1), Ou seja, mesmo com todo contexto sociocultural do futebol no Brasil e após sediar o maior espetáculo de futebol em termos mundiais, a Copa do Mundo de 2014, o Brasil não conseguiu atingir a média de público da liga norte-americana no período citado.



Figura 1: Médias de Público nos Estádios da MLS e Campeonato Brasileiro entre 2014 e 2017 (fonte: Transfermarkt GmbH & Co. KG, 2017).

As explicações desses dados podem ser, dentre outros fatores, as características existentes nos respectivos formatos dos principais eventos de futebol existentes nesses países, além das

influências de políticas, estrutura, sistemas e visão de gestão de seus responsáveis. Assim, o principal objetivo desse estudo é apresentar um dos fatores que pode justificar a diferença dos números relacionados com a média de público entre a MLS e o Campeonato Brasileiro de Futebol. Neste caso, o artigo se propõe à analisar e apresentar com um maior detalhamento, as diferenças existentes entre o regulamento oficial da Major League Soccer com o regulamento oficial do Campeonato Brasileiro de Futebol. Como objetivo secundário, pretende-se identificar quais ações, caso inseridas no modelo brasileiro, seriam coerentes para alavancar a média de público do campeonato brasileiro já que este problema tem sido recorrentemente apontado na literatura brasileira.

2. Revisão de Literatura

Segundo Pitts (2001), uma área de estudo é composta por: um corpo de conhecimento de literatura relativa a teoria e a prática; pelos profissionais que formam profissionais; pela formação profissional; por aqueles que desenvolvem pesquisa e os que atuam na prática; por organizações profissionais dedicadas ao avanço da área; pela credibilidade que ela conquista perante a sociedade. Todos os itens citados são de extrema importância, mas para esse artigo destaca-se a questão da formação profissional. No contexto norte-americano, em 1985 já existiam 40 cursos em nível de graduação e 32 de pós-graduação. Atualmente nos Estados Unidos estima-se que existam aproximadamente 415 cursos de graduação, 172 mestrados e 27 programas de doutorado específicos em Gestão do Esporte (COSMA, 2016). No Brasil, o contexto para formação do gestor do esporte é bem diferente, com a existências de muitos cursos de tecnólogos, ausência de cursos de bacharelado, alguns cursos de pós-graduação lato sensu (especialização) e inexistência de cursos de pós-graduação stricto sensu específicos em gestão do esporte (Mazzei, Amaya, & Bastos, 2013). Essa falta de programas de formação de gestores pode estar contribuindo muito para uma má gestão do esporte no Brasil (Rocha & Bastos, 2011).

Como já citado anteriormente, a Major League Soccer surgiu em 1996, devido à uma determinação da FIFA em razão da realização da Copa do Mundo de 1994. Por sua vez, o Campeonato Brasileiro de Futebol teve seus primeiros passos em 1959, nomeado por Taça Brasil. O Campeonato Brasileiro já recebeu vários nomes, tais como Torneio Roberto Gomes Pedrosa, Taça de Prata, Campeonato Nacional de Clubes, Copa Brasil, Taça de Ouro, Copa União e até Copa João Havelange (Wikipédia, 2018). Apesar de ser mais antigo, o Campeonato Brasileiro de Futebol teve uma regressão com relação ao seu público presente em estádios ao longo de sua história. Sabe pela mídia e por documentos de vídeo que antigamente (e em diferentes jogos), o público nos estádios ultrapassavam a lotação máxima permitida. Esses números, sofreram uma grande redução e é claro que os fatores são diversificados. Os fatores vão da gestão que rege o futebol brasileiro, até pela falta de estrutura, visão e também da gestão do nossos clubes de futebol (Bartholo, Soares, Salvador, & Di Blasi, 2010; Chaves, Mazzei, & Cesar, 2016; Proni & Libanio, 2016).

Especificamente sobre o público nos estádios, em um estudos relacionados ao consumo dos torcedores de futebol identificou-se que os principais motivos que influenciam os torcedores a frequentarem os estádios são: time de preferência; importância da partida; encontros sociais; acessibilidade ao ingresso; e garantia de segurança (Fagundes et al., 2013). Identifica-se ainda que dentre outros fatores que contribuem com a satisfação dos torcedores que acabaram de "consumir" um jogo de futebol em um estádio está: o resultado da partida ser favorável ao time de preferência; eventos de entretenimento; serviços de melhor qualidade; transporte rápido e seguro; e conforto do estádio. Já estudos que apresentam motivos relacionados com a ausência de torcedores nos estádio do Brasil apresentam como principais motivos a: violência nos arredores do estádio/torcidas organizadas; sensação de insegurança no estádio; falta de estacionamento/falta de transportes públicos; ingressos caros e más condições de conforto nos estádios (Rocco Júnior & Mazzei, 2018).

Por outro lado, independente do apelo cultural, paixão e até problemas que envolvem o ambiente social no Brasil, é fato que os números de público presente da Major League Soccer são maiores se comparados com o Campeonato Brasileiro de Futebol. São muitos os fatores, mas essa diferença de público muito se deve ao profissionalismo da gestão esportiva na América do Norte (Mattar, 2014).

Além dos diversos fatores citados e que podem sinalizar algumas explicações da diferenças encontradas nas médias de públicos da MLS e Campeonato Brasileiro de Futebol nos últimos 4 anos, em relação às ligas esportivas profissionais, são priorizados pelos norte-americanos uma série de princípios esportivos, como por exemplo, o equilíbrio competitivo, o atendimento às necessidades do consumidor esportivo, a valorização de marcas, a celebração de ídolos e resultados históricos, dentre muitos outros que vão de encontro à uma lógica voltada para a gestão, ao espetáculo e ao entretenimento esportivo (Masteralexis, 2015; Mattar, 2014; Smolianov & Zakus, 2008).

Identificar novas ou melhores práticas de gestão, adaptar à realidade e contexto onde se atua é um princípio bem comum na área da Administração. Esse princípio, que pode ser interpretado também como "aprender com quem faz bem", a partir de adaptações necessárias, proporcionando incremento gerencial e conseqüentemente desempenho, é conhecido como benchmarking que poderia ser traduzido como "marca de referência" (Certo & Peter, 2005; Porter, 1989). É um princípio bem interessante e muito útil no contexto do esporte e respectivamente à gestão das diversas atividades que envolvem a prática esportiva (Quatman & Chelladurai, 2008).

Existem alguns avanços iniciais, mas lentos, da Gestão do Esporte no Brasil (Rocha & Bastos, 2011). No que tange as políticas do esporte, o ritmo foi lento, ao ponto de comprometer os objetivos traçados para os Jogos Olímpicos de 2016, realizados no Rio de Janeiro (Mazzei, Meira, Bastos, Böhme, & De Bosscher, 2015). Por outro lado, quanto ao futebol e o profissionalismo do gestor esportivo, ainda temos muito a que melhorar (Mattar, 2014; Mazzei & Rocco Júnior, 2017). A necessidade de bons gestores é fundamental para que o esporte no Brasil, principalmente o futebol evolua e acompanhe o (maior) nível de outros centros, seja no

contexto esportivo (Europa), seja no contexto do espetáculo (Estados Unidos) (Marques & Costa, 2016; Proni & Libanio, 2016).

Este artigo tentará trazer mais informações sobre um contexto esportivo distante, mas que ao mesmo tempo, já há anos, é a principal potência esportiva mundial (Smolianov & Zakus, 2008). Obviamente que o esporte e gestão do mesmo nos Estados Unidos não surgiram ao acaso e com rapidez, envolve um processo que se iniciou por volta do começo do século XX e um desenvolvimento mais acentuado nos anos 1960 (Masteralexis et al., 2011; Rocha & Bastos, 2011). De qualquer forma, muito do que há na América do Norte é simples, e vai de encontro com os princípios fundamentais do esporte, ou seja, igualdade nas oportunidades que devem estar presentes em uma disputa competitiva (Rubio, 2010). E como já citado, aprender e adaptar o que existe quando tais modelos são considerados excelência em termos de gestão do esporte é tão fundamental quanto reconhecer a necessidade da gestão no contexto do esporte atual em nosso mundo globalizado.

3. Método

A metodologia utilizada para alcançar o objetivo desse trabalho é a pesquisa qualitativa através de análise documental, a qual é realizada a partir de informações existentes em documentos oficiais delineados a partir da temática abordada e colocado no objetivo. Tais dados fornecerão instrumentos analíticos para elaboração de comparações e respectivos resultados almejados por este artigo (VERGARA, 2010).

Os principais documentos utilizados para análise foram os regulamentos dos campeonatos, respectivamente MLS Roster Rules and Regulations 2018 e Regulamento Específico da Competição

Campeonato Brasileiro da Série A 2018, disponibilizados de forma pública nos sites oficiais da Major League Soccer (<https://www.mlssoccer.com/>) e do Campeonato Brasileiro de Futebol (<https://www.cbf.com.br/>).

A coleta de dados se deu em 2018. Para o tratamento dos dados e aplicação de estatística descritiva, foi utilizado o programa Microsoft Office Excel 2013. Como os dados foram obtidos através de fontes secundárias (documentos de acesso público), não houve necessidade de autorização de comitê de ética para a realização deste estudo.

Para este artigo foram realizadas análises nos documentos quanto ao Sistema de Disputa; Critério de Participação das equipes; Regras quanto ao sistema Financeiro das Equipes, especificamente: distribuição de receitas, regras de contratação de jogadores, normas sobre o passe dos atletas e teto salarial

4. Resultados

Tabela 1. Diferenciação do regulamento das ligas.

ESTRATÉGIAS	MLS	CBF
Sistema de Disputa	O campeonato é dividido entre duas conferências (Leste e Oeste), os seis primeiros de cada conferência classificam-se para os playoffs (mata-mata) e disputam em jogos eliminatórios para conquistar o título.	O campeonato é disputados em pontos corrido, jogos em turno e retorno e sagra-se campeão o clube que mais acumula pontos.
Critérios de Participação	Os times que compõe a MLS são selecionados a partir da receita, portanto o critério de participação na liga é relacionado ao lucro que a franquia trará para a organização na qual ela está inserida.	Permanência como integrante do Campeonato Brasileiro da série A do ano anterior e acesso por meio do Campeonato Brasileiro da série B também do ano anterior.
Distribuição de receitas.	A regra é responsável por evitar disparidades econômicas entre as franquias e funciona da seguinte maneira: as receitas ditas "nacionais" (direitos de transmissão, patrocínios globais, produtos oficiais e licenciados) são repartidas a partir de um critério igualitário. Já as receitas "locais" (ingresso, patrocínios individuais, naming rights, camarotes, estacionamento e alimentação) são repartidos em diferenças menores.	As receitas "nacionais" no Campeonato Brasileiro são distribuídas por meio de contratos assinados diretamente dos os clubes, sendo assim, os clubes com maiores poderios conseguem contratos melhores, consequentemente, terão receitas mais altas.
Regras de contratação de jogadores - Draft ou processo de seleção invertido.	Ao final da temporada acontece um evento reconhecido como draft, onde as equipes com o pior desempenho esportivo recebem o direito de escolher o melhor jogador provindo do esporte universitário americano.	Como o esporte universitário no Brasil não proporciona isso aos clubes, eles investem em categorias de base, portanto o clube que tiver melhor investimento nesse setor, terá os melhores jogadores.
Passe dos atletas Free Agency	Está regra foi responsável por extinguir o "passe" dos atletas, mas de maneira diferente da Lei Pelé, ela disponibiliza aos jogadores um período de liberdade logo após o término de seus contratos.	Como já mencionado, no Brasil possuímos a Lei Pelé, lei responsável por instituir o fim do passe nos clubes brasileiros de futebol.

Normas sobre o passe dos atletas Piso e teto salarial.

Para não haver diferenças enormes de folha salarial entre as equipes, as ligas estabelecem um valor máximo para ser distribuído entre os atletas.

No Campeonato Brasileiro não há limite salarial, podendo ocasionar um abismo salarial entre os atletas que compõe o elenco.

5. Discussão

A partir da análise dos resultados, o estudo indica que a MLS apresenta em termos esportivos o as ligas norte-americanas buscam, que seria uma prioridade para equilíbrio competitivo entre as equipes. Não por acaso, o modelo das ligas norte-americanas é considerado o mais 'socialista' se comparado à outros campeonatos existentes no mundo (Smolianov & Zakus, 2008). Esta afirmação fica evidente na revisão literária, na qual Mattar (2014) enfatiza que a prioridade dos gestores norte americanos é o equilíbrio competitivo, pois assim o "produto" se torna mais atrativo para o público. Ou seja, quanto mais equilíbrio entre os concorrentes, mais imprevisível o resultado, mais atrativo se torna o jogo e, conseqüentemente, os estádios tende a receber mais pessoas em suas instalações.

Partindo desses resultados pressupõe-se que a MLS possui uma estratégia e o planejamento orientado para a busca do equilíbrio dentre suas equipes para despertar e manter o desejo de consumo das pessoas para a aquisição do "produto" futebol nos Estados Unidos da América, enquanto que o Campeonato Brasileiro de futebol, e conseqüentemente seu organizador, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), não. E ainda há o agravante do fato de que o futebol nos EUA não ter apelo histórico-cultural se comparado ao contexto do futebol no Brasil.

Muito desse cenário é responsabilidade dos nossos gestores e de seus perfis. No Brasil, ainda permanece de forma majoritária a figura do cartola na gestão dos grandes clubes, federações e confederação da modalidade futebol (Azevêdo & Spessoto, 2009). Muitos deles possuem boas intenções, passionais, mas acabam por serem despreparados para os cargos diretivos ou gerenciais, encontram um cenário complicado e acabam tomando decisões que prejudicam a organização em que trabalham.

Bons dirigentes poderiam delegar à bons gestores do esporte o papel de planejamento dos clubes e também dos campeonatos. A MLS é uma organização, uma empresa, e dentre os seus objetivos está envolvido o número de espectadores nos estádio e arenas da liga. Obviamente que por trás dos resultados de público, estão gestores responsáveis pelo desempenho desses números, como pode ser observado em algumas referências de origem americana (Masteralexis, 2015; Pitts & Stotlar, 2002; Rein, Kotler, & Shields, 2008). No Brasil, a organizadora do Campeonato Brasileiro de Futebol é a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), sendo que esta organização dá diferentes indícios de que o seu principal "produto" é a seleção brasileira de futebol, e na idade adulta. Ao mesmo tempo, não se reconhece na CBF e até mesmo nos clubes de futebol no Brasil a figura do gestor, responsável pelo desempenhos e números conquistados ao final da temporada (Marques & Costa, 2016; Mattar, 2014).

Além disso, uma das estratégias que visam maximizar o princípio de que a força do todo é maior do que de cada equipe isoladamente na MLS é a distribuição dos recursos, de forma quase que igualitária entre as franquias. Essa estratégia segue a conduta de que se deve evitar disparidades econômicas entre as franquias. Essa regra varia de liga para liga, porém de maneira geral funciona da seguinte forma: todas as receitas ditam "nacionais", receitas provenientes de propriedades comerciais coletivas que vão diretamente para a liga, tais como direitos de transmissões pela mídia, patrocínios globais do campeonato, e produtos oficiais e licenciados, são repartidos a partir de um critério igualitário entre todas as equipes participantes. Já as receitas "locais", aquelas obtidas individualmente pelas franquias, como ingressos, patrocínios individuais, naming rights, camarotes, estacionamento, alimentação, entre outras, não são repartidas igualmente, ou são repartidas em proporção bem menor quando comparadas as receitas nacionais

No cenário brasileiro os clubes têm, normalmente e individualmente, competido entre si para conquistar mais recursos. Este fato no cenário nacional é compreensível, mas acaba por ter como consequência um abismo econômico entre os clubes, proporcionando uma previsão mais clara dos possíveis vencedores, como se confirma em diferentes estudos (Caterina, Oliveira, Costa, Biagio, & Antunes, 2016; Proni & Libanio, 2016). As federações e confederação de futebol também não buscam um desenvolvimento da modalidade, priorizando nos campeonatos os contratos de televisão, altas taxas federativas e regras que impedem um fomento de talentos ou melhores jogadores em clubes desfavorecidos economicamente.

Outro processo interessante na MLS e que de certa forma visa o equilíbrio competitivo é o processo de seleção invertido (reverse-order draft), estratégia em que as equipes de piores campanhas na temporada anterior tem o direito de escolher primeiro os melhores prospectos provindos da universidade ou até de outras ligas melhores (Mattar, 2014). No caso do futebol, além do draft, a MLS estabelece, por meio de uma negociação coletiva, limites mínimos e máximos de salários individuais e coletivos (Mattar, 2014). Essa regra é relevante, pois evita enormes disparidades de políticas salariais entre as franquias, o que reduz a possibilidade de um clube se tornar mais atraente que os demais, como acontece no Brasil. Esse mecanismo evita também que os clubes cometam irresponsabilidades financeiras que ultrapassem a sua capacidade para o pagamento de salários à jogadores.

A MLS, além de seguir essas ações, permitiu, a partir da Lei Beckham, que "jogadores estrelas", ou designados fizessem parte do elenco das franquias. Esses jogadores são especiais em relação ao teto salarial do clube, apenas eles podem receber salários que ultrapassem o teto definido para as equipes (MLS, 2012).

Analisando o contexto nacional, torna-se difícil a inserção do modelo norte-americano no futebol brasileiro. Essa mudança, apesar de necessária, precisaria de alterações no perfil de nossos gestores, nos cursos universitários, tanto de esporte, quanto de administração, além de uma grande mudança de visão do futebol brasileiro. Entretanto, regras que visam o equilíbrio econômico e esportivo dos clubes poderiam ser pensadas, como o teto salarial de jogadores e

uma regra que já existe, mas que tem de ser cumprida com realidade, a de responsabilidade fiscal dos clubes (Iandoli, 2017).

6. Conclusões e Recomendações

Apesar de toda história construída pelo futebol brasileiro, ele vem perdendo grande visibilidade no cenário mundial, principalmente quando nós referimos ao Campeonato Brasileiro de Futebol e a organização responsável por ele, a Confederação Brasileira de Futebol. Para mudar esse cenário devemos investir, principalmente, na formação dos nossos futuros gestores, onde de acordo com Rocha & Bastos (2011), há uma carência relacionada à formação de gestores do esporte no Brasil e também uma falta de visão em não reconhecer a importância da gestão do esporte no futebol, dificultando assim a reciclagem administrativa dos clubes, federações e confederação.

Como informado ao longo do artigo, culturalmente o potencial do futebol no Brasil é maior do que nos Estados Unidos, porém o problema administrativo em relação ao produto "futebol brasileiro" o torna menos atrativo para os torcedores e espectadores. Valorizar e investir em experiências boas nas arenas e estádios espalhados pelo Brasil se iniciaria por uma maior atenção aos regulamentos dos campeonatos, visando um equilíbrio maior da competição (inclusive no desenvolvimento de talentos) e também por uma maior atenção ao consumidor de futebol no Brasil. A dificuldade está em vislumbrar uma mudança de paradigma no futebol brasileiro, onde não há perspectiva de que isso venha por parte dos clubes e nem do sistema federativo.

O presente estudo apresenta algumas limitações, primeiro por basear sua análise apenas dados documentais. Entretanto, essa limitação trouxe algumas informações interessantes sobre a gestão do futebol no Brasil, como por exemplo a falta de transparência e dificuldade de acesso a dados, principalmente com a documentação do Campeonato Brasileiro, a qual não especifica com relação à algumas ações da Confederação junto ao seu produto. Maior acesso à dados e informações remeteria a uma maior organização e transparência da Confederação Brasileira de Futebol. Segundo, o estudo apenas identificou as diferenças de regulamentos, não analisando as informações encontradas em profundidade. Importante ressaltar que futuros estudos podem realizar análises com mais robustez e profundidade entre a MLS (ou outras ligas internacionais de futebol) com o Campeonato Brasileiro. Ao mesmo tempo, podem ser realizadas entrevistas com especialistas no referente tema, para assim identificar e analisar em profundidade as diferenças existentes aspectos da gestão do futebol, em contextos diferentes do brasileiro. Por fim, estudos futuros também podem aprofundar as análises realizadas ano após ano de cada campeonato, fazendo relações com alterações nos regulamentos dos mesmos se possível.

Referências

- Azevêdo, P. H., & Spessoto, R. E. N. (2009). Caracterização do perfil retrospectivo do dirigente esportivo de clube de futebol profissional da primeira divisão, entre os anos 2003 e 2007. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 103–112.
- Bartholo, T. L., Soares, A. J. G., Salvador, M. A. S., & Di Blasi, F. (2010). A pátria de chuteiras está desaparecendo? *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 32(1), 9–23.
- Caterina, P., Oliveira, B. L., Costa, M. F., Biagio, E. P., & Antunes, L. (2016). *Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros*. São Paulo: Itáú Brasil.
- Certo, S. C., & Peter, J. P. (2005). *Administração estratégica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Chaves, R. A., Mazzei, L. C., & Cesar, F. S. (2016). Muito além das 4 linhas: os principais fatores que inibem a presença de torcedores paulistanos nas arenas da cidade. *Revista Intercontinental de Gestão Desportiva*, 6(1), 55–68.
- COSMA. (2016). COSMA - Commission on Sport Management Accreditation: Accreditation Principles Manual & Guidelines For Self-Study Preparation. Acessado em Maio 14, 2017, disponível em: http://www.cosmaweb.org/uploads/2/4/9/4/24949946/cosma_principles_516.docx
- Fagundes, A. F. A., Veiga, R. T., Sampaio, D. O., Sousa, C. V., Santana, É. E. P., & Lara, J. E. (2013). Um estudo sobre a satisfação do consumidor esportivo que frequenta estádios de futebol em Belo Horizonte. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 12(1), 121–135.
- FOX Sports. (2017). Os campeonatos com maior média de público no mundo | FOX Sports. Acessado em Setembro 15, 2018, disponível em: <https://www.foxsports.com.br/photos/11580/0-os-campeonatos-com-maior-media-de-publico-no-mundo>
- landoli, R. (2017). Nexo Jornal - O que é o Profut e como o Supremo influencia sua efetividade. Acessado em Outubro 3, 2018, disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/09/19/O-que-é-o-Profut-e-como-o-Supremo-influencia-sua-efetividade>
- Marques, D. S. P., & Costa, A. L. (2016). Administração de clubes de futebol profissional: proposta de um modelo específico de governança para o setor. *Organizações & Sociedade*, 23(78), 378–405.
- Masteralexis, L. P. (2015). A Indústria de Esporte Profissional nos EUA. In P. de S. Vance, V. M. J. Nassif, & L. P. Masteralexis (Eds.), *Gestão do Esporte: casos brasileiros e internacionais* (pp. 267–289). Rio de Janeiro: LTC - Grupo Gen.
- Masteralexis, L. P., Barr, C., & Hums, M. (2011). *Principles and Practice of Sport Management* (4th ed.). Sudbury: Jones & Bartlett Learning.
- Mattar, M. F. (2014). *Na trave: o que falta para o futebol brasileiro ter uma gestão profissional*. Rio de Janeiro: Elsevier Campus.
- Mazzei, L. C., Amaya, K., & Bastos, F. C. (2013). Programas acadêmicos de graduação em gestão o esporte no

- Brasil. *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte*, 12(1), 219–234.
- Mazzei, L. C., Meira, T. B., Bastos, F. C., Böhme, M. T. S., & De Bosscher, V. (2015). High performance sport in Brazil: structure and policies comparison with the international context. *Gestión Y Política Pública*, Temático (Políticas Públicas del Deporte), 83–111.
- Mazzei, L. C., & Rocco Júnior, A. J. (2017). Um ensaio sobre a Gestão do Esporte: um momento para a sua afirmação no Brasil. *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 2(1), 96–109.
- MLS (2012). MLS 2012 Roster Rules. Acessado em Setembro 15, 2018, disponível em: <http://www.mlssoccer.com/2012-mls-roster-rules>
- MLS Brasil. (2016). História da Major League Soccer - MLS. Acessado em Agosto 27, 2018, disponível em: <http://www.mlssoccer.com.br/historia-da-major-league-soccer-mls/>
- MLSoccer (2018). Competition Rules and Regulations. Major League Soccer. Acessado em Setembro 15, 2018, disponível em: <http://pressbox.mlssoccer.com/content/competition-rules-and-regulations>
- Pitts, B. G. (2001). Sport Management at the Millennium: A Defining Moment. *Journal of Sport Management*, 15(1), 1–9.
- Pitts, B. G., & Stotlar, D. K. (2002). *Fundamentos de marketing esportivo*. São Paulo: Phorte.
- Porter, M. E. (1989). *Vantagem competitiva - criando e sustentando um desempenho superior* (37a). Rio de Janeiro: Campus - Elsevier.
- Proni, M. W., & Libanio, J. P. M. (2016). O futebol brasileiro na bolsa de valores? *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 1(2), 178–200.
- Quatman, C., & Chelladurai, P. (2008). The Social Construction of Knowledge in the Field of Sport Management: A Social Network Perspective. *Journal of Sport Management*, 22(1), 651–676.
- Rein, I., Kotler, P., & Shields, B. (2008). *Marketing esportivo a reinvenção do esporte na busca de torcedores*. Porto Alegre: Bookman.
- Rocco Júnior, A. J., & Mazzei, L. C. (Eds.). (2018). *Os Estádios e Arenas do Futebol Brasileiro e o legado da Copa do Mundo 2014: o padrão FIFA, o consumidor do esporte e o entretenimento*. Sarapuí: OJM Casa Editorial.
- Rocha, C. M., & Bastos, F. C. (2011). Gestão do esporte: definindo a área. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 25 (especial), 91–103.
- Rubio, K. (2010). Jogos olímpicos da era moderna: uma proposta de periodização. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 24, 55–68.
- Smolianov, P., & Zakus, D. H. (2008). Exploring high performance management in Olympic Sport with reference to practices in former USSR and Russia. *International Journal of Sport Management*, 9, 206–232.
- Transfermarkt GmbH & Co. KG. (2017). Transfermarkt football. Acessado em Março 15, 2018, disponível em: <http://www.transfermarkt.com.br/>
- Wikipédia. (2018). História do Campeonato Brasileiro de futebol. Quadro de Medalhas. Acessado em Setembro 15, 2018, disponível em: <http://www.quadrodemedalhas.com/futebol/campeonato-brasileiro/historia->

[do-campeonato-brasileiro-de-](#)

[futebol.htm.](#)

Recebido em: 20/10/2018

Aceito em: 16/01/2019

Endereço para correspondência:

Pedro Siqueira Broglia

broglia.unicamp@gmail.com



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 3.0](#)