

# FUTEBOL E NEGÓCIOS

Há várias copas do mundo, das várias modalidades. Todos os anos são realizadas diversas copas do mundo, ou simplesmente mundiais, de algum esporte... Copa do mundo disso ou daquilo. Futebol, porém, é o único caso que não precisa explicar: basta dizer Copa do Mundo e, portanto, sabe-se que o tema é futebol. Para ajudar

os interessados no tema e seus correlatos, **Marco Aurelio Klein** – Diretor da Federação Paulista de Futebol e do Ministério do Esporte – selecionou cinco obras, considerando desde o neófito em futebol e Copas do Mundo até o iniciado nos problemas, oportunidades, marketing e negócios do chamado nobre esporte bretão.



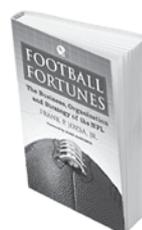
- **MARKETING ESPORTIVO: a reinvenção do esporte na busca de torcedores.** Irving Rein; Philip Kotler; Ben Shields. São Paulo: Bookman, 2007. 360 p.

Esta obra trata de um dos mais importantes desafios da gestão esportiva: como conquistar e manter o fã, diante de um mercado cada vez mais competitivo e com novas modalidades disputando o mesmo espaço. Traduzido do original americano *The Elusive Fan, Reinventing Sports in a Crowded Marketplace*, é uma publicação importante por trazer Philip Kotler dentre seus autores, e também por abordar o futebol inglês, ao examinar o caso de sucesso do Manchester United. Dessa forma, não fica apenas nos exemplos do peculiar mercado esportivo americano.



- **MARKETING E PATROCÍNIO ESPORTIVO.** Wesley Cardia. São Paulo: Bookman, 2004. 262 p.

Wesley Cardia foi diretor de Marketing do Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense em meados dos anos 1990 e contabilizou alguns sucessos marcantes nas ações implantadas por lá. Seu livro ultrapassa a apresentação da teoria disponível, vai adiante, trazendo a prática para mostrar, por exemplo, como se monta um projeto de patrocínio e como fazer para definir preços. Traz ainda boas colocações sobre marketing de emboscada e exemplifica modelos de contratos. Útil para estudantes e profissionais da área.



- **FOOTBALL FORTUNES: the business, organization and strategy of the NFL.** Frank P. Jozsa, Jr.; John Maxymuck. Jefferson, NC: McFarland, 2010. 252 p.

Este livro é sobre o futebol da bola oval. Não é surpresa para ninguém que o futebol americano é um grande negócio, podendo trazer bons exemplos de práticas gerenciais para o futebol brasileiro. Para os estudiosos das possibilidades do futebol como negócio, é interessante um mergulho nas características da principal liga americana, a NFL (National Football League), sua expansão, fusões, realocações das cidades e a organização como franchising, bem como a importância econômica dos estádios para a saúde financeira dos clubes.



- **STAR-SPANGLED SOCCER: the selling, marketing and management of soccer in the USA.** Gary Hopkins. New York: Palgrave MacMillan, 2010. 256 p.

Gary Hopkins tem 20 anos de atuação executiva no mercado do soccer americano e traz na obra a opinião de importantes tomadores de decisão. É livro interessante para compreender o esforço dos que lutam para tornar os EUA uma soccer nation. Com lançamento previsto para junho, este livro pretende mostrar como o futebol se desenvolveu nos EUA, especialmente depois que hospedou a Copa de 1994, responsável, segundo o autor, por uma corrente de eventos que fortaleceu a modalidade no país, candidato a hospedar em 2018 a Copa do Mundo de futebol masculino e, em 2020, a do feminino.



- **COMO O FUTEBOL EXPLICA O MUNDO: um olhar inesperado sobre a globalização.** Franklin Foer. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. 224 p.

Franklin Foer escreve para a *New Republic*, conservadora revista política americana. Para realizar esse amplo trabalho de reportagem, viajou o mundo analisando o intercâmbio entre o futebol e a nova economia global. Esse aparente distanciamento faz bem à obra, que analisa o amálgama pancultural, social e econômico no qual está assentado o futebol. Visto como mais do que um esporte, é apresentado como capaz de impactar governos e lutas populares, com a paixão pelos clubes frequentemente superando até mesmo a devoção religiosa.