SADs NO BRASIL: O PORQUÊ, E 3 EXPERIENCIAS INTERNACIONAIS

Daniel Vinicius Ferreira[1]
Luiz Carlos Ribeiro[2]

Resumo

O tema da "modernização" do futebol brasileiro não é novo na história do esporte no país, e recorrentemente volta ao centro das atenções. Recentemente voltou a se discutir sobre o desenvolvimento de uma lei no país que permitisse os clubes se associarem mais ao mercado, sob a justificativa da necessidade de "modernizar" o futebol brasileiro. Este trabalho procura evidenciar, primeiramente, quem seriam os beneficiados, e o que se poderia resolver, em uma possível "modernização" do futebol. Num segundo momento, pretende trazer brevemente três experiências distintas de globalização de desporto pelo mundo, a saber: Espanha, Alemanha e Estados Unidos.

Palavras chave: modernização; sociedades anônimas; futebol brasileiro.

Introdução

O tema da "modernização" do futebol brasileiro não é novo na história do esporte no país, e recorrentemente volta ao centro das atenções. Recentemente este tema reapareceu, sustentado as pretensões sobre o desenvolvimento de uma lei no país que permitisse os clubes se associarem mais ao mercado, tornando-se "sociedades anônimas"[3]. O período vivenciado atualmente é muito favorável para discussão e até para aprovação de uma lei naquele sentido, pois percebe-se uma forte guinada "à direita" do país em termos políticos. O Brasil vem de uma inflexão incompleta (e confusa) na direção do "clube-empresa" desde a década de 1990, com as chamadas "lei Zico" e depois "Lei Pelé", e há no país atualmente há várias iniciativas procurando pautar-se pelo modelo "clube-empresa", entre formais, informais, obscuras, bem sucedidas e fracassadas.

Este trabalho procura discutir, de forma geral, quais os cenários possíveis com a inserção do futebol brasileiro em um formato mais empresarial de gestão. Assim, primeiramente, procura problematizar quem se beneficiaria objetivamente disso e qual o seu sentido: se o governo, os clubes, as empresas (locais e conglomerados multinacionais), os torcedores e/ou a sociedade em geral, e em que medida. Finalmente, traz brevemente experiências da Espanha, dos Estados Unidos e Alemanha para ajudar na reflexão.

Sociedades Anônimas: Modernizar para quê?

O discurso da "modernização" (cuja ponta de lança agora é a "lei das sociedades anônimas"), no futebol brasileiro, volta a evidenciar-se. Encontra sintonia dentro dos grupos políticos em destaque (*nova direita*), sendo seus principais núcleos difusores profissionais ligados ao desporto, setores da mídia e parte dos torcedores que "compram" o discurso. Entretanto, não se trata de um discurso claro e comumente partilhado com pautas bem definidas. Sob o "guarda-chuva" da *modernização*, não raro, diferentes demandas são acumuladas. Consagra-se um discurso borrado, que pode ser "tudo e nada"

[1]Doutorando em História pela Universidade Federal do Paraná. Email: ferreir_10@yahoo.com.br
[2]Professor do Departamento de História do UFPR Doutor pela Université de Paris III, França (1991). Email: ribeiro4650@gmail.com
[3]Cf. https://blogdojuca.uol.com.br/2017/03/o-anteprojeto-de-lei-geral-do-esporte-brasileiro-a-proposta-de-criacao-da-sociedade-anonima-esportiva-sae-e-a-sociedade-anonima-do-futebol-saf/. Acesso em: 1 mai. 2019.

ao mesmo tempo, mas eleito como o redentor para inúmeros problemas do futebol brasileiro, sem maiores problematizações. Ou seja, quer se "modernizar" mas sem uma ideia clara dos seus efeitos práticos, ou seus objetivos.

Nos meios esportivos, entre profissionais, jornalistas destacados e "cartolas esclarecidos", o discurso da "modernização" e da implantação das *Sociedade Anônimas* geralmente tem aparecido envolvido com objetivos e argumentos mais ou menos comuns, como: pelo o "fim do endividamento e corrupção nos clubes", a "profissionalização dos círculos diretivos futebol brasileiro, e fim da ´politicagem´", por uma maior "autonomia dos clubes, maiores possibilidades de receitas e menos dependência do Estado", pela "manutenção dos principais jogadores no país", e pela "possibilidade de clubes nacionais ascenderem como potências globais", entre outras.

O que é necessário alertar é que muitas dessas demandas se restringem mais a um seleto grupo de clubes, que não representariam nem 5% de uma realidade muito mais vasta do futebol brasileiro. Daí as perguntas se evitar-se o "êxodo" dos principais atletas, consagrar alguns clubes globais, tornar o futebol sustentável e profissional para apenas 20 ou 30 clubes de elite deveriam ser as metas principais de uma "modernização" que impacta em todo o futebol brasileiro e, devido a sua dimensão, inter-relaciona-se a um projeto de sociedade.

Por outro lado, o futebol brasileiro, em suas várias dimensões, está bem inserido na sociedade brasileira, e movimenta um universo econômico e social extremamente abrangente. Nesse sentido, apresenta-se como uma ferramenta poderosa de desenvolvimento social (como acontece nos Estados Unidos), e por isso uma estrutura que precisaria ser sustentável e com acesso mais democratizado (cujo um dos melhores exemplos é a Alemanha). Seguir essas perspectivas não significa eliminar as pretensões do futebol brasileiro de referência mundial, ou conflitar com a urgência do combate a práticas corruptas e amadoras, mas pensar essas questões em conjunto, com um efetivo plano de "modernização do futebol".

Espanha: uma *Liga* de dois clubes globais mas endividada

Desde meados da década de 1970 já se discutia a má gestão o endividamento dos clubes na Espanha. No caso das dívidas, houve agravamento pelas reformas dos estádios para a Copa do Mundo realizada na Espanha em 1982 (GOIG, 2015). O governo já reagia com normativas para tornar o futebol sustentável no país, mas que não funcionaram. Em 1990 os clubes profissionais da primeira e segunda divisão foram obrigados a transformarem em SADs (Sociedade Anónimas Deportivas), implicando em um regime de regulação jurídica mais rigoroso. Aa lei permitiria os clubes que tivessem apresentado balanço positivo nos cinco anos anteriores manter-se como entidades associativas: a este dispositivo atenderiam o FC Barcelona, Real Madrid, Athletic Bilbao e CA Osasuna, e Real Sociedad (que se converteria em uma SAD logo depois).

A lei de 1990 possibilitaria a transparência dos clubes e a crescente organização deles com bases mais otimizadas de gerência. Seguiu-se um ambiente de grande entrada de dinheiro e interesse de associação de grupos financeiros e internacionais nos clubes. Houve, no entanto, também uma dificuldade disseminada, e já nos inícios inclusive já algumas "vítimas" (rebaixados ou extintos) que não conseguiram se adequar à lei (MÁSIA, 2010). Paralelamente a lei, houve a reformatação da *Champions League* (1992), e a promulgação da *Lei Bosman* (1995), que reconfigurou muito em termos de finanças o futebol europeu. No âmbito dos clubes espanhóis, isso significaria demandas por gastos desmedidos (sobretudo com atletas), para manter ou melhorar o *status* esportivo, prejudicando a responsabilidade que tinham incorporado enquanto SADs. Alguns desses

clubes (geralmente os menores, por menos capital político) ao longo dos anos sofreriam os efeitos da lei terminando por liquidados, inativos ou mesmo abandonados. Em 2010, estimava-se que a dívida dos clubes espanhóis chegava a 4 bilhões de euros, muito clubes recorrendo ao mecanismo do "concurso de credores" para evitar castigos desportivos.

A *Liga das Estrellas* cresceu e desenvolveu-se muito desde que foi implantado a lei das SAD. Mas esse crescimento não estava totalmente ligado àquela lei, e tampouco esse crescimento foi experimentado por todos os clubes de uma forma uniforme. Real Madrid e FC Barcelona (que não se converteram em SADs) figuravam, ao fim de 2009-2010 pela primeira vez, como os mais ricos do planeta. Mas tal protagonismo contrastava com a falta de competitividade e o desequilíbrio das receitas dos outros clubes do país. Uma das grandes causas seria a forma venda dos direitos de TVs, que se constituiu na Espanha de forma individual (só alterada em 2015), e agiu no sentido de relegar, paulatinamente aos outros clubes, as migalhas das receitas TVs, e por consequência menos possibilidades de ascensão esportiva e midiática. Não foram as SADs que tornaram o futebol espanhol protagonista. Por outro lado, foi a falta de controle dos salários prejudicou a sustentabilidade dos clubes.

Estados Unidos: uma liga de franquias, regulada e com compromisso social

Foi nos Estados Unidos que o paradigma do "futebol empresa" foi inaugurado, com NASL (1968-1984), pois este modelo já contava com sucesso no futebol americano, beisebol e basquete. Configuravam, já naquela época, grupos de interesse mais complexos em torno do desporto, nascendo já sob os conceitos de "liga" e os "clubes franquias" (PRONI, 2000). Houve uma nova tentativa com a MLS em 1996 destacando-se por um modelo altamente profissional e corporativo, baseada na propriedade da Liga (sem acesso e descenso) e dos clubes-franquias (três divisões), com *teto de salários*, *regulamentações*, sistema de drafts (que impedem quebras de contratos, "roubos" de atletas entre as equipes e falta do balanço esportivo), receitas coletivizadas sobre a TV, merchandising e marca, além de estímulos e subsídios por instituições do desporto (PRONI, 2000; MUNDO AFORA, 2015). Aí, a popularidade do esporte vem crescendo nos últimos anos, sobretudo pela força da comunidade latina e hispânica no país. Atletas consagrados mundialmente, tem também sido já recrutados pelos clubes (como o inglês David Beckham, o sueco Zlatan Ibrahimovic ou o brasileiro Kaká, mais recentemente). As agremiações também oferecem seus espaços para ensino e prática do futebol, como atividade esportiva comercial. O principal destaque ao futebol (e ao esporte geral nos Estados Unidos) é sua interligação com o sistema escolar e universitário, e sua regulamentação. Assim uma estrutura altamente profissional e mercantilizada no topo, além de ter "teto de salários", preocupação com o equilíbrio e uma organização coletiva (de compartilhamento de receitas), tem um compromisso social muito claro e disseminado na sua base, que é com a educação.

Alemanha: uma liga sustentável, regulada, democratizada e feita para o torcedor

Na Alemanha até 1998 os clubes eram associações registradas de voluntários (sem fins lucrativos), com conselhos eleitos democraticamente por sócios ("Eingetragener Verein"), mas a partir daí, a legislação adotou o formato 50%+1: ou seja, os clubes podiam ter opcionalmente até 49% das suas ações no mercado. Desde então houve o surgimento de modelos híbridos com mais ou menos participação dos conselhos, terceirizações de departamentos, com privatização ou empresas parceiras de acordo com casos específicos. Mas a tradição alemã se caracterizou por forte regulação dos clubes,

por meio de outorgas (e renovação) das licenças de clubes, com análises dos balanços entre as temporadas). Na Alemanha, os torcedores-sócios permaneceram com destacada voz ativa dentro dos clubes (*FußballKultur*), modelo que orgulharia os torcedores locais, e inclusive este foi um fator da manutenção dos ingressos e planos de sócios mais baixos dentro do cenário europeu da globalização. Posteriormente alguns dirigentes passaram defender uma maior liberalização do modelo 50%+1 sob a justificativa de atrair mais investidores e tornar-se tão competitiva como outras ligas europeias (KENNEDY & KENNEDY, 2016). Fora o Bayern de Munique, muito clubes sofreriam a concorrência e perda de jogadores para outros clubes europeus desde a década de 1980. Já a DFL (Deutsche Fußball Liga), criada em 2001, passou a gerir os contratos de TVs (abertas, públicas e privadas), buscando um modelo mais voltado para os torcedores em campo e manutenção dos espaços em pé (*Stehplätze*), e com menos disparidades nas fatias da televisão, recebidas por cada clube.

A Bundesliga se destacaria como voltada para o público dos estádios (e nos patrocinadores), priorizando o seu conforto, horários atraentes e preços acessíveis, aproveitando-se das reformas e construções de praças esportivas desde a Copa do Mundo de 2006. Isso também refletia uma reformulação do seu modelo de negócios, vez que o principal parceiro midiático nos contratos de TV, o grupo Kirch, faliu nos inícios do XXI, motivando os alemães a apostarem nos torcedores como objetivo prioritário do seu negócio. A Alemanha, na verdade, teria uma tradição de mais participação dos torcedores na vida política dos clubes (*fankultur*) desde a década de 1970, quando um esquema de manipulação de resultados foi descoberto e afastou torcedores do campo (SIMÕES, 2016). A taxa de ocupação dos estádios cresceria muito, e atingiria a ordem de 90% nos inícios de XXI (a mais alta da Europa). Apesar da hegemonia do Bayer de Munique desde a década de 1980, haveria certo equilíbrio e competitividade entre os outros clubes. A Bundesliga seria também a que desenvolveu a gestão mais responsável dos ativos dos clubes. Desenvolveu, ainda, a regra societária 50+1, ou seja, 51 % das ações deveriam ser do clube, exceto para casos de histórica ligação do clube com empresas locais, como (por exemplo) o Bayer Leverkussen com a Bayer e o VFL Wolfsburg com Volkswagen. Assim, desenvolveu-se uma ideia nuclear no futebol alemão durante a globalização, demarcando sinergias entre clubes e empresas locais, como Bayer de Munique com a Allianz (e também com a Audi e a Adidas) e o Borussia Dortmund com a Evonik (LIÉBANA, 2016).

Referências

BRASIL. Mundo Afora: Planejamento e Gestão no Futebol. Brasília: Ministério das Relações Exteriores, 2015.

GOIG, Ramón Llopis. Spanish Football and Social Change. London: Palmgrave Mcmillan, 2015

KENNEDY, P.; KENNEDY D. Football in Neo-Liberal Times: A Marxist Perspective on the European Football Industry. Abingdon: Routledge, 2016.

LIEBANA, José María Gay de. La Gran Burbuja del Fútbol. Barcelona: Conecta, 2016.

MÁSIA, Vicent. Sociedades Anònimas Deportivas: Luces y Sombras. 2010. Disponível em: http://lafutbolteca.com/sociedades-anonimas-deportivas-luces-y-sombras/. Acesso em 1 mai. 2019.

PRONI, Marcelo W. A metamorfose do futebol. Campinas: Unicamp, 2000.