



V SINGEP

Simposio Internacional de Gestao de Projetos, Inovacao e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

Rede de agentes de atletas profissionais de futebol: Domínio das transferências do Brasil para o exterior

MARCIO CRUZ

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
marciocruz@mcadv.adv.br

JÚLIO ARAUJO CARNEIRO CUNHA

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
juliocunha@yahoo.com



V SINGEP

Simposio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade

International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

REDE DE AGENTES DE ATLETAS PROFISSIONAIS DE FUTEBOL: DOMÍNIO DAS TRANSFERÊNCIAS DO BRASIL PARA O EXTERIOR

Resumo

Este artigo visa descrever a atuação dos agentes de atletas de futebol e a influência nas transferências entre clubes brasileiros e clubes do exterior. O objetivo principal do estudo é apurar quem são os agentes de atletas centrais em relação às principais transferências internacionais do Brasil para o exterior, na janela de transferências entre junho/2013 a junho/2014, dos clubes que integraram a Série A do Campeonato Brasileiro do ano de 2014. Como objetivo secundário será realizado o mapeamento da rede de agentes, visando a identificação do panorama das transferências externas realizadas pelos clubes brasileiros. A metodologia utilizada é a pesquisa qualitativa e descritiva, mediante a coleta de dados secundários e análise da teoria das redes sociais e organizacionais, assim como a obtenção de dados em *websites* esportivos, relatórios da FIFA e utilização do *software* VOS para gerar a centralidade e a densidade da rede. Os resultados obtidos levaram a identificar os principais agentes envolvidos nas transferências internacionais do futebol brasileiro, demonstrando um certo domínio desse mercado, além de apontar quais países mais contratam atletas no Brasil e quais clubes brasileiros mais negociam atletas para o exterior.

Palavras-chave: Agentes; Atletas; Futebol; Transferências; Redes sociais.

Abstract

This article aims to describe the performance of soccer players agents and influence in transfers between Brazilian clubs and clubs from abroad. The main objective of the study is to determine who are the agents of central athletes on key international transfers of Brazil abroad in the transfer window from June / 2013 to June / 2014 of the clubs that joined the Brazilian Championship A Series year 2014. As a secondary objective will be held the mapping of network of agents in order to identify the panorama of external transfers made by Brazilian clubs. The methodology is qualitative and descriptive research, by collecting secondary data and analysis of the theory of social and organizational networks, as well as to obtain data on sports websites, FIFA reports and use the VOS software to generate the centrality and network density. The results led to identify the key players involved in international transfers of Brazilian football, demonstrating a certain area of the market, while pointing out which countries hire more athletes in Brazil and what Brazilian clubs negotiate more athletes abroad.

Keywords: Agents; Athletes; Soccer; Transfers; Social networks.



1. INTRODUÇÃO

Como objetivo principal este artigo visa descrever as redes de relacionamento entre os atletas profissionais brasileiros de futebol, os agentes de suas carreiras e qual é a participação destes últimos em relação às transferências internacionais originadas no Brasil. A ideia é encontrar os agentes centrais relacionados com as transferências de atletas do Brasil para o exterior.

De forma secundária, a pesquisa apura se há um domínio mercadológico, por intermédio da obtenção de dados que apontam as principais transações para o exterior, relacionando o atleta, o agente, o clube de origem e o clube de destino.

A importância do estudo é apontar se hoje há um domínio de atuação de agentes de atletas no mercado de transferências internacionais, elencando aqueles que aparecem com mais frequências nas principais transações do futebol brasileiro para o exterior no período entre junho/2013 e junho/2014, limitado aos clubes que disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro do ano de 2014.

Outra contribuição do trabalho se refere à metodologia quanto à coleta de dados secundários, o seu agrupamento e a geração de um mapeamento da rede entre agente, atleta, clube de origem e clube de destino.

Diariamente, por intermédio das interações que fazemos, acabamos usando e construindo redes de relacionamento, consistentes na interligação entre relações dos mais variados tipos por determinado grupo de pessoas ou empresas (LAZZARINI, 2008).

A globalização serviu para acelerar a movimentação mundial de bens, capitais, informações e trabalhos relacionados com o futebol, indicando que a maioria dos clubes passaram a funcionar como empresas transnacionais (ROBERTSON & GIULIANOTTI, 2006).

Por intermédio das redes interpessoais a interação em pequena escala pode se traduzir em padrões de grande escala, que acabam por realimentar pequenos grupos (GRANOVETTER, 1985).

Ainda no ano de 2007 foi apurado que 51,55% dos atletas de futebol brasileiros sonhavam e tinham como projeto profissional atuar em equipes do exterior (RODRIGUES, 2007), considerando-se o aumento posterior à vigência da Lei Pelé das transferências internacionais, com o fim da Lei do Passe (GURGEL, 2006).



Num estudo realizado em 2006, por intermédio de um quadro comparativo com outro estudo do ano de 2000 da Revista Placar, foi apurado que o percentual de atletas brasileiros que já haviam atuado em equipes do exterior foi de 27,3% em 2000 para 33% no ano de 2006 (XAVIER, 2010).

O estudo de redes no esporte ainda não tem muitos trabalhos realizados no Brasil, notadamente em relação aos agentes de atletas de futebol, o que pode ser apontado como uma lacuna na literatura, embasando a nossa pesquisa.

Busca-se encontrar quem são os agentes centrais envolvidos nas transferências de atletas de futebol profissional do Brasil para o exterior.

Secundariamente, tem por objetivo mapear e identificar as transferências internacionais entre clubes brasileiros da Série A do Campeonato Brasileiro e clubes estrangeiros, realizadas na janela europeia de junho/2013 a junho/ 2014, com o apontamento dos principais agentes, sendo que estes são o ponto central do estudo, além dos atletas e dos clubes.

A contribuição do trabalho, além de explorar a teoria de redes no esporte, consiste na metodologia de como fazer o estudo da rede, por intermédio da compilação das informações acerca do mercado de transferências internacionais do futebol e a geração do resultado por intermédio de *softwares* específicos.

A metodologia utilizada foi a coleta de dados secundários, de forma a desenvolver um trabalho descritivo por intermédio da análise das redes sociais (*networks and social capital*) e dos regulamentos da FIFA que envolvem os agentes e as transferências internacionais de atletas do Brasil para o exterior, gerando o resultado mediante aplicação no *software de network*, VOS.

Os resultados obtidos levaram a identificar os principais agentes envolvidos nas transferências internacionais do futebol brasileiro, demonstrando um certo domínio desse mercado, além de apontar quais países mais contratam atletas no Brasil e quais clubes brasileiros mais negociam atletas para o exterior.

2. SISTEMA DE TRANSFERÊNCIAS INTERNACIONAIS DE ATLETAS

O sistema federativo da FIFA, no que tange às transferências internacionais de atletas entre as entidades de prática desportiva do mundo inteiro, tem suas diretrizes previstas no Regulamento sobre o Estatuto e a Transferência de Jogadores.

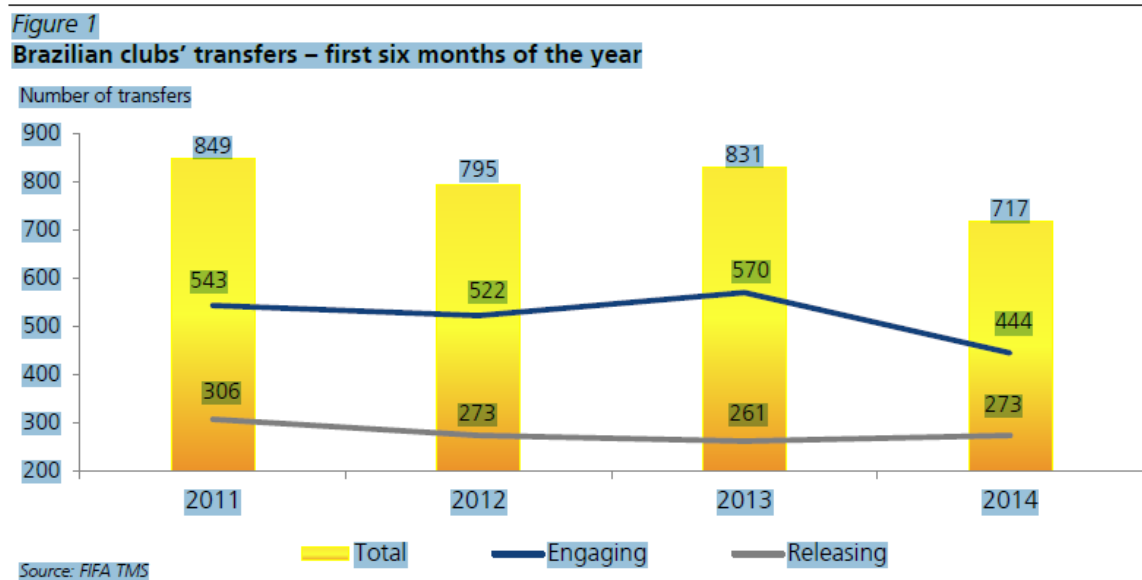


Conforme previsão do artigo 9, item 1, “os jogadores inscritos em uma associação só poderão inscrever-se em uma nova associação assim que esta última receber o Certificado Internacional de Transferência (CTI) da associação anterior. O CTI é emitido gratuitamente, incondicionalmente e sem demora. Qualquer disposição em contrário será nula e sem efeito. A associação que emite o CTI deve apresentar uma cópia à FIFA” (tradução do autor) (FIFA, 2015).

Portanto, a entidade de prática desportiva que está negociando o atleta deverá emitir o Certificado Internacional de Transferência para aquela agremiação que está contratando o atleta, quando, então, esta última poderá realizar o registro do contrato junto à Confederação Nacional da sua localidade.

Atualmente o TMS (Transfer Matching System) da FIFA tem atuado como armazenamento de dados compilados das transferências realizadas no mundo inteiro, vindo a entidade a comercializar essa base de dados para pesquisas acadêmicas, comerciais e jornalísticas.

É possível constatar quantas transferências de clubes brasileiros ocorreram nos primeiros seis meses dos anos de 2011 a 2014, conforme quadro abaixo extraído do relatório “Market Insights 01-11 a 06-14” (Figura 1):



A figura é antecedida da seguinte informação: “Nos primeiros seis meses de 2014, o número de transferências está mostrando uma tendência de queda, com um total de 717 transferências registradas (444 transferências para contratar um jogador e 273 transferências



para liberar um jogador), ou uma diminuição global de 14% em comparação com no mesmo período em 2013”.

Quanto ao sistema de transferências, cada Confederação Nacional adota um modelo padrão de contrato de trabalho, contendo informações como os dados dos atletas e dos clubes de origem e de destino, valores da transferência, do salário e demais premiações, da cláusula indenizatória desportiva, eventual destinação dos direitos econômicos e quem é o agente do atleta, atualmente denominado “intermediário”.

A legislação desportiva do Brasil também prevê a aplicação das normas internacionais das entidades de administração do desporto aqui no país, conforme prevê o artigo 1º da Lei Pelé; “a prática desportiva formal é regulada por normas nacionais e internacionais e pelas regras de prática desportiva de cada modalidade, aceitas pelas respectivas entidades de administração do desporto” (BRASIL, 1998).

Portanto, em relação aos clubes brasileiros são observadas as leis e normas internas, assim como as internacionais.

2.1. Evolução da função de agentes perante a FIFA

Embora pareça que a função de agente de atletas seja uma atividade implementada recentemente, estudos apontam para o início na década de 20, onde o jogador de futebol americano, Harold “Red” Grange, foi agenciado pelo agente Charles C. “Cash and Carry” Pyle, que teria negociado o seu contrato com o Chicago Bears no ano de 1925 (SHROPSHIRE & DAVIS, 2003).

No futebol e especificamente de ordem da FIFA o primeiro regulamento de agentes foi editado no ano de 1994, com vigência a partir de 1º de janeiro de 1996, batizado pela entidade de “*Players’ Agents Regulations*”, sofrendo alteração em 10 de dezembro de 2000, com vigência a partir de 1º de março de 2001 (EZABELLA, 2010).

Porém, diante da necessidade de adequação, em 29 de outubro de 2007 foi aprovado pelo Comitê Executivo da FIFA a implementação de um novo regulamento de agentes, com vigência a partir de 1º de janeiro de 2008 (FIFA, 2008).

O Regulamento de 2008 que exigia a obtenção de licença do agente, mediante as seguintes etapas: 1) pedido de inscrição junto à Associação Nacional do seu país (art. 5º); 2) apresentação de documentação (artigo 6.1); 3) submeter-se à exame de múltipla escolha envolvendo normas internas do país de origem do agente, como aquelas envolvendo direitos



civis e trabalhistas e a regulamentação internacional vigente na FIFA à época (artigo 6º); 4) contratação de seguro de responsabilidade civil, para os candidatos aprovados (artigo 9º); 5) compromisso com o Código Deontológico (artigo 11); 6) renovação da licença, com realização de nova avaliação após 5 (cinco) anos de vigência (artigo 17).

A vigência do Regulamento ocorreu desde o ano de 2008 e permaneceu até 31 de março de 2015, uma vez que no dia 1º de abril de 2015 passou a vigorar a nova norma da FIFA sobre o assunto, agora intitulado como Regulamento de Intermediários, prevendo que cada Associação Nacional deveria implementar o seu Regulamento de acordo com as diretrizes mínimas apresentadas pela FIFA e podendo ir além de acordo com as normas de cada Nação a que estivessem submetidas (FIFA, 2015).

Assim, a Confederação Brasileira de Futebol elaborou o seu próprio Regulamento de Intermediários que passou a vigora desde 1º de abril de 2015, contendo as normas mínimas do Regulamento da FIFA, destacando-se as seguintes obrigações aplicáveis aos Intermediários, conforme prevê o artigo 5º do Regulamento da CBF: “A CBF exigirá anualmente do Intermediário, pessoa física ou jurídica, antes de proceder ao seu registro, documentação comprobatória de sua reputação ilibada e conceito inatacável. Parágrafo único: O Intermediário deve instruir o seu pedido de registro ou de renovação com os seguintes documentos comprobatórios: a) cópia da Carteira de Identidade, CPF e comprovante de residência; b) declaração de Intermediário; c) declaração, sob as penas da lei, de inexistência de relações contratuais com ligas, federações, confederações ou com a FIFA, que possam dar origem a um potencial conflito de interesses; d) certidões negativas referentes a distribuições criminais, civis, protesto de títulos, interdições e tutelas; e) cópia da apólice de seguro de responsabilidade civil adequado ao exercício da atividade, cobrindo responsabilidade por danos até o montante de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais); f) pagamento da quantia a ser fixada pela CBF, devida pelo registro ou sua renovação, como Intermediário” (FIFA, 2015).

Portanto, a função de agenciamento de carreira de atletas de futebol a partir de 1º de abril de 2015, tem normatização interna do país do agente, baseada na norma internacional da FIFA, passando a atividade a ser denominada como Intermediário.

A CBF se compromete a manter a lista de Intermediários cadastrados no seu site (CBF, 2015), conforme determina o artigo 6º do Regulamento, sendo possível observar o quadro atual daqueles que se encontram cadastrados, conforme segue:



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302



11 Consultoria Esportiva Ltda (Marcelo Robalinho Alves)
Adriano Sport Assessoria Esportiva (Adriano Luis Spadoto)
Agência 90 Minutos Empreendimentos 7 Participações Ltda (Maurício Santos Nassif)
Alexandre Lemos Soares
Alexandre Uram
Antonio Carlos Matoso Rodrigues de Oliveira
Arantes Assessoria Desportiva Ltda - ME (Anselmo Arantes)
B e C Consultoria Esportiva Ltda (Carlos Alberto Cardoso Leite)
Bertolucci Assessoria e Propaganda Esportiva Ltda (Giuliano Pacheco Bertolucci)
BF Assessoria e Propaganda Esportiva - EPP (Carlos Alberto de Oliveira Fedato)
Border Intermediação de Negócios Esportivos Ltda (Fábio Fernando Francez)
Brasil Internacional Sporting Intermediação de Negócios Ltda (Lucas Canettieri Pereira Pinto)
Brazil Football Ltda (Flavio Simões Brissant)
Brazil Soccer Sports Management Ltda (Eduardo Uram)
Brezilya Futebol e Representações Ltda (João Marques dos Santos)
BS Soccer Publicidade e Imagem Ltda (Jorge Moraes)
Bruno Cesar Silvestre - ME (Bruno Cesar Silvestre)
Bruno Freire Gallucci
Carolina de Biase Leonel Agenciamento de Profissionais Eireli (Carolina de Biase Leonel)



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

Cesar Bottega

Chab Marketing Esportivo Eireli (Carlos Henrique da Silva Brasil)

Chignall Sports Assessoria & Marketing Esportivo (Luiz Paulo Chignall de Moraes)

Claudionor Pereira Nespoli

Daniel da Silva Rodrigues - ME (Daniel da Silva Rodrigues)

Datasoccer Sports Marketing e Serviços Esportivos Ltda (Julio Cesar Costa Taran)

DB Sports Ltda (Décio Berman)

DE20 Representação e Assessoria Esportiva Ltda (Bruno Barbosa Rosa)

D&F Assessoria Esportiva Ltda (Delvan Martins Telles)

DR3 Consultoria Esportiva Ltda (Denisson Ricardo de Souza)

Edmilson Antonio de Souza

Eduardo Bou Daye

Eduardo Uram

Elenko Sports Ltda (Luis Fernando Menezes Garcia)

Elias Wallauer

Fabrizio Boccolini

FAI Sports Ltda (Odoaldo Fernandes Aldado Jr.)

Fernando Luis Otto Júnior

Filipe Anterio Santana

FLH Negócios Internacionais Ltda (Logbi Henouda)

FM Sports Consultoria e Gestão Esportiva Ltda (Fábio Jeronimo Mello)

Francesco Iovene

GD Sport Assessoria e Consultoria Esportiva Ltda (Giuseppe Dioguardi)

Gecaf Consultoria Esportiva Ltda (Felipe Rossetto de Carvalho)

Gilmar Isaias Jara Veloz

GP Sports Management Consultoria Esportiva Ltda (Allison Garcia Costa)

GR2 Gestão Marketing Ltda (Gabriel Martinez Massa)

Guadagno Sports Assessoria Esportiva Ltda (Claudio Guadagno)

H Soccer Esporte Ltda (Helcio Roberto Alisk)

Hamilton Carlos Bernardino

Happy Soccer Brasil Assessoria Esportiva Ltda (Bruno Luiz Ferreira Barreiros)

Holding Sports Soccer Assessoria Ltda (Santiago Gerardo Cuervo Villar)

HW Sports Management Eireli (Wagner Luis Martins Assunção)

Ilton José da Costa

International Sports Consultoria e Marketing Esportivo S/S Ltda (Marcelo Affonso Pinheiro)

Ivan Rocha Limas

JMB Esportes e Organização de Eventos Ltda (Jorge Moreira Machado)

José Maria Neis



Jose Renato de Andrade Martinez
Juliano de Carvalho Davila - ME (Juliano de Carvalho Davila)
Juliano Mark Rosa Santos
JZ Gerenciamento e Assessoria Desportiva Ltda (Joel Leão de Almeida)
LDB Sports Assessoria e Propaganda Esportiva Eireli (Lucca Duarte Bertolucci)
Lincoln Donato Nunes
Lipatin Sports Ltda (Marcelo Lipatin Lopez)
Lodi Assessoria Esportiva Ltda (Matheus Lodi Lóss)
Luiz Fernando Roncaratti
Luzz Sports Ltda (Alexandre Teixeira Luz)
Kirin Soccer S/S Ltda (Lee Yue Hung Joseph)
Khodor Soccer & Marketing Ltda - EPP (Edson Khodor)
Kuniy & W Sports Marketing Ltda (Sandro Cesar Glatz Wienhage)
Macar Consultoria Comercial Eireli - EPP (Mauro Azevedo Carvalho)
Magnitude Brazil Esportes Ltda (Raphael de Moraes Fraga)
Matias Gestão e Consultoria Eireli - ME (Antonio Augusto Matias Guedes)
MFD Empreendimentos e Participações Ltda (Gerson Sá do Nascimento)
MK Djian Esportes Ltda (Marcelo Kiremitdjan)
MMB Sports Participações Ltda (Marcio Carvalho Bittencourt)

MMC Sports Consulting Ltda (Miguel Calluf Neto)
MS Business Solutions Ltda - ME (Marcos Candido de Souza)
Next Level Intercâmbio Esportivo S. A. (Bruno Machado Pessoa)
NG Gerenciamento, Consultoria e Marketing Esportivo Ltda (Osmar Genovez Neto)
Nilson Simplicio Assessoria Esportiva Ltda (Nilson Simplicio de Moura)
Odario Mardegan Duraes
Pama Soccer Intermediação de Negócios e Eventos Ltda - EPP (Paulo Roberto Dutra Thebalde)
Paulo Roberto Assessoria Esportiva Ltda - ME (Paulo Roberto Curtis Costa)
People Football Management Ltda (Tiago Enrique dos Santos Rodrigues e Silva)
PMSM Publicidade e Comunicação Ltda (Frederico Mathias de Moraes)
Prattes Planejamento e Gestão Empresarial Ltda (Vinicius Vitória Prates)
Prime Assessoria e Consultoria Esportiva Ltda (Luis Valter Carlini)
Prime Soccer Consultoria Esportiva Eireli (Bernardo Fernandes da Silva)
Prole Sports Gestão Esportiva Ltda (Oswaldo Ramos Dumas Neves)
R. Braun Esportes Entretenimento e Marketing Eireli (Rogério Luiz Braun)
RC Consultoria e Assessoria Esportiva Ltda (Carlos Alberto Cardoso Leite)
Referee - Consultoria Esportiva Ltda (Octaviano Luiz de Camargo Neto)
Rene Gustavo Gonçalves Salviano
Robson Soares Moreira Junior



Rodolfo Toledo Appendino
Rodrigo Nunes de Oliveira
Shigeyuki Missao
Soccer Player Agenciamento Esportivo Ltda (Gustavo Hector Arribas)
Terceiro Tempo Assessoria e Marketing Esportivo Ltda (Cassiano Antônio Pereira)
Thiago do Carmo Mendonça
Think Ball & Sports Consulting Ltda (Marcelo Robalinho Alves)
Time Sports Ltda ME (Geison José Schmidt)
Tonietto Assessoria de Esportes Ltda (Paulo Fernando Tonietto)
Top Sport Group Assessoria e Marketing Eireli (Catia Fabiane Coqui)
Unique Sports & Marketing Ltda - ME (Bruno Balsimelli)
Vergette Sports Gestão e Marketing Ltda - ME (Jolden Vergette)
Xinef Eventos Ltda (Rodrigo Corrêa da Rocha Pitta)

Com isso finalizamos nosso tópico acerca das transferências internacionais e da regulamentação da atividade de agenciamento de carreira de atletas profissionais de futebol, passando a tratar das redes sociais e sua centralidade e densidade.

3. REDES E RELACIONAMENTOS

Diariamente, por intermédio das interações que fazemos, acabamos usando e construindo redes de relacionamento, consistentes na interligação entre relações dos mais variados tipos por determinado grupo de pessoas ou empresas (LAZZARINI, 2008).

Por intermédio das redes interpessoais a interação em pequena escala pode se traduzir em padrões de grande escala, que acabam por realimentar pequenos grupos (GRANOVETTER, 1985).

As redes são estudadas em dois aspectos: interorganizacional, baseadas em um relacionamento entre organizações de forma geral e empresas e intra-organizacional, baseadas pelos indivíduos nas organizações (LAZZARINI, 2008).

A rede é composta por nós e por laços que interligam esses nós, que geralmente representam os atores, sendo que os laços representam os relacionamentos entre eles, representando capital social (LAZZARINI, 2008).

O capital social representa “recursos inseridos em uma estrutura social que são obtidos e/ou mobilizados por meio de ações com um determinado propósito” (LIN, 2001), por sua vez, apresenta dois elementos em comum: os aspectos sociais são consistidos por



estruturas sociais e algumas ações dos atores são facilitadas dentro dessa estrutura (COLEMAN, 2013).

A grande vantagem da rede numa análise social é que as pessoas ficam mais dispostas a efetuar trocas e, assim, impulsionar o desenvolvimento local, devido a um maior nível de confiança (KNACK & KIEFER, 1997).

É o que ocorre quando haver uma confiança mais generalizada em outros atores, ficando as pessoas mais propensas a transacionar com novos parceiros (YAMAGISHI et al., 1998).

Portanto, a rede é uma forma de impulsionar o capital social de indivíduos ou de empresas, por meio da facilitação das suas ações dentro da estrutura da rede, proporcionando uma maior flexibilidade entre os atores da rede, devido à confiança.

4. METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi a coleta de dados secundários, de forma a desenvolver um trabalho descritivo por intermédio da análise das redes sociais (*networks and social capital*) e dos regulamentos da FIFA que envolvem os agentes e a transferência de atletas.

Como fonte de pesquisa acerca das informações necessárias para a geração da rede dos agentes, foi utilizado o *website* www.transfermarkt.pt, de onde se extraiu os dados de todas as transferências de saída de atletas, no período entre junho/2013 e junho/2014, dos 20 (vinte) clubes que disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro do ano de 2014, relacionando o atleta, o clube de origem (brasileiro) e o clube de destino (estrangeiro).

De maneira complementar, a fim de verificar a veracidade das informações ou ausência destas quanto aos agentes que agenciavam a carreira dos atletas à época das transferências, realizou-se pesquisas em *websites* esportivos nacionais e internacionais variáveis.

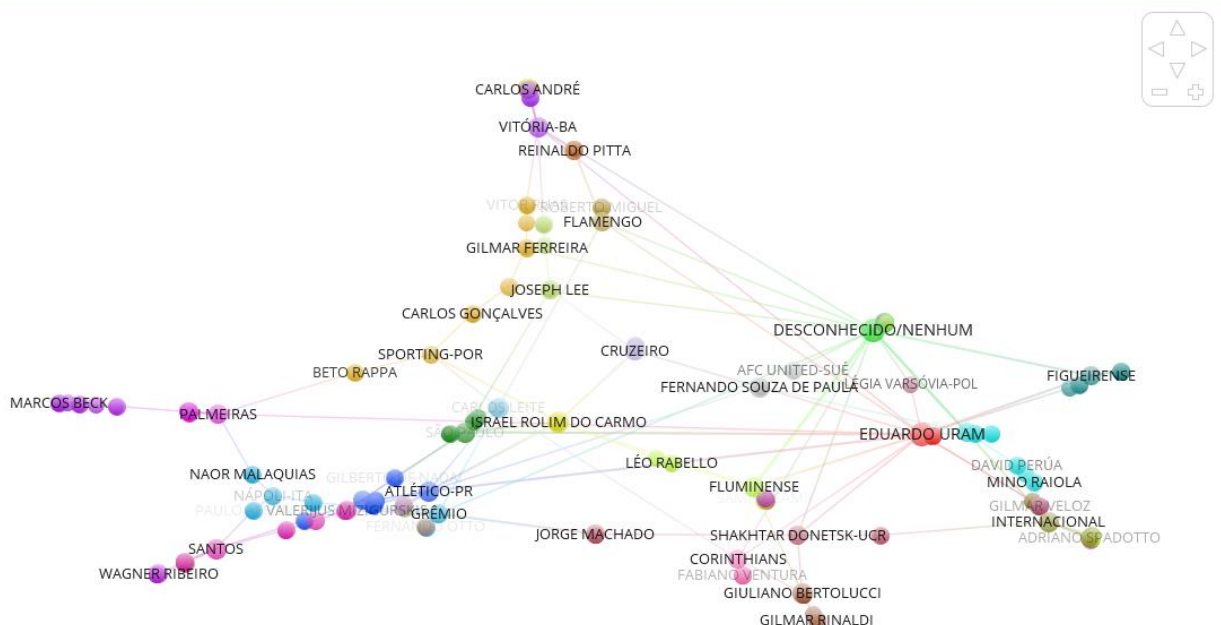
Após a coleta dos dados restou realizada a triangulação das informações entre o quanto obtido no *website* Transfermarkt, o quanto pesquisado nos variados *websites* esportivos e a transferência desses dados para um arquivo de extensão “txt”, visando criar a base de dados para a geração do mapa da rede e da densidade da rede.

Quanto aos atletas que não foram localizados os seus agentes, restou considerada a classificação como DESCONHECIDO/NENHUM.



Uma vez gerado o arquivo foi aplicado o seguinte caminho no *software* “VOS”:
Create/Create a map based on a network/Pajek network file/Choose threshold (0)/Map/No
normalization – Advanced Parameters/Mapping and clustering – Run/Rotate 90/Nº of
lines – 10000/Colored lines/Max. length – 30/Font – Open Sans.

Assim, foi obtido o resultado da ligação da rede, destacando os agentes com a maior
quantidade de nós dentro da rede, ou seja, aqueles que tiveram maior participação nas
transferências internacionais dos clubes da Série A do Campeonato Brasileiro no ano de 2014.



5. RESULTADOS E ANÁLISES

Por intermédio da metodologia utilizada, foi possível apurar quais são os atores centrais da rede de transferências internacionais de atletas brasileiros.

Conforme o mapa apresentado no tópico anterior, temos que o principal ator da rede de transferências internacionais de atletas de futebol brasileiros para o exterior é o intermediário, Eduardo Uram, figurando nas principais transações do mercado e com o maior número de transferências (13).



Há um considerável número de atletas que não tiveram identificação do agente (16), seja pela falta de obtenção do dado, ou porque realmente atuam sem agente no mercado, o que é comum para aqueles atletas de menor expressão.

Em relação aos clubes brasileiros que mais negociaram atletas com os clubes estrangeiros, a rede demonstrou que o Atlético-PR (13) foi o que mais cedeu atletas, seguido de Fluminense (12), Internacional (11) e Vitória-BA (11), Santos e São Paulo (9).

As equipes do Shakhtar Donetsk da Ucrânia e do Maldonado do Uruguai foram as que mais apareceram nas transferências, cinco vezes cada uma, seguidas pelo Sporting de Portugal com quatro transferências.

Das vinte equipes que disputaram a Série A do Campeonato Brasileiro em 2014, foram analisados os resultados de dezessete equipes (Cruzeiro, São Paulo, Internacional, Corinthians, Atlético Mineiro, Fluminense, Grêmio, Atlético Paranaense, Santos, Flamengo, Sport Recife, Goiás, Figueirense, Coritiba, Chapecoense, Palmeiras e Vitória-BA), ficando de fora da pesquisa apenas três equipes (Bahia, Botafogo, Criciúma).

O estudo alcançou o objetivo pretendido inicialmente, tendo proporcionado a identificação dos atores da rede de transferências internacionais de clubes brasileiros, ainda que utilizada uma escala de menor proporção.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de redes sociais no meio esportivo ainda não tem uma dimensão considerável e a partir desse artigo esperamos contribuir com a literatura sobre o tema.

As redes sociais tanto para os indivíduos quanto para as organizações e empresas, apresentam grande importância para o cenário dos negócios e da facilidade de oportunidades, sendo o que ocorre quanto aos agentes de atletas em relação aos clubes nacionais e estrangeiros, facilitando as negociações dos seus atletas clientes seja para inserção no mercado nacional, seja quanto ao mercado internacional, como restou apurado em relação ao agente Eduardo Uram.

O sistema federativo de transferências internacionais é controlado pela FIFA, pelas Associações Nacionais e pelos clubes, por intermédio do TMS (Transfer Matching System), viabilizando o CTI (Certificado de Transferência Internacional), que habilita o registro do atleta no seu novo clube.



A função de agente de atletas, agora denominada Intermediários, tem regra padrão definida pela FIFA, porém com a criação do Regulamento próprio dentro de cada Associação Nacional como é o caso da CBF no Brasil.

A coleta dos dados viabilizou a identificação dos atores centrais da rede, quanto às transferências internacionais de atletas, em relação aos quatro itens apurados: a) Agente; b) Atleta; c) Clube de origem; d) Clube de Destino.

Respectivamente foram encontrados como agentes centrais: Eduardo Uram (agente); Atlético Paranaense (Clube de origem) e Shakhtar Donetsk-UCR e Maldonado-URU (Clubes de destino).

A contribuição que se espera do trabalho é possibilitar uma opção no estudo de redes no esporte, com o apontamento dos agentes de atletas centrais às transferências internacionais, assim como em relação à metodologia empregada por meio da análise de rede, com a utilização do *software* VOS.

Como limitação de estudo temos a escala utilizada para apurar o resultado final, podendo ser ampliada para uma quantidade maior do período de transferências e incluindo os clubes das Séries “B” e “C”.

Sugerimos como proposta de futuros estudos que seja realizado um trabalho apurando: - as transferências nacionais de atletas de todas as divisões do campeonato brasileiro; - quais clubes brasileiros mais faturaram com transferências internacionais num dado período.

7. REFERÊNCIAS

Coleman, J. S. (1988). *Social capital in the creation of human capital*. American Journal of Sociology.

Ezabella, F. L. (2010). *Agente Fifa e o direito civil brasileiro*. São Paulo: Quartier Latin, 2010.

Granovetter, M. (1985). *The Strength of weak ties*. American Journal of Sociology.

Gurgel, A. (2006). *Futebol S/A: A economia em campo*. São Paulo: Saraiva.

Knack, S. & Kiefer P. (1997). *Does social capital have an economic payoff? A cross-country examination*. Quarterly Journal of Economics.

Lazzarini, S. G. (2008). *Empresas em rede*. São Paulo: Cengage Learning.



V SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Robertson, R. & Giulianotti, R. (2006). *Fútbol, globalización y glocalización*. Revista Internacional de Sociología.

Rodrigues, F. X. F. *O fim do passe e a modernização conservadora no futebol brasileiro* (2007). Porto Alegre: Tese (Doutorado em Sociologia) – PPGS/UFRGS.

_____, F. X. F. *O fim do passe e a modernização conservadora no futebol brasileiro* (2010). Porto Alegre: Sociologias.

Shropshire, K. L & Davis, T. (2003). *The business of sports agentes*. University of Pennsylvania Press.

Yamagishi, T. et al. (1998). *Uncertainty, trust, and commitment formation in the United States and Japan*. American Journal of Sociology.

Brasil, Lei nº 9.615, de 24 de Março de 1998. Extraído do site:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9615consol.htm

FIFA, Regulamento do Trabalho de Intermediários, 2015. Extraído do site:

http://www.fifa.com/mm/Document/AFederation/Administration/02/36/77/63/RegulationsonWorkingwithIntermediariesII_Neutral.pdf

CBF, Regulamento de Intermediários, 2015. Extraído do site:

http://cdn.cbf.com.br/content/201506/20150601181614_0.pdf