



BOLETIM
**MAQUINA
DO ESPORTE**

NÚMERO DO DIA

2mi

De camisetas vendeu o Flamengo em 2016, segundo a agência Euroaméricas; time passou o Corinthians no ranking da América.

EDIÇÃO • 673 QUARTA-FEIRA, 11 DE JANEIRO DE 2017



Copa vira Mundial mais 'democrático' do esporte

POR ADALBERTO LEISTER FILHO

Com a oficialização da Copa do Mundo com 48 seleções, feita nesta terça-feira pelo presidente da Fifa, Gianni Infantino, o futebol terá o Mundial mais inchado entre todos os esportes coletivos do programa olímpicos.

"Temos que adaptar a Copa do Mundo ao século 21. O futebol é mais do que Europa e América do Sul. Teremos um número maior de países que pode-

rão sonhar [em disputar o Mundial]", defendeu Infantino, durante entrevista coletiva realizada na terça-feira, em Zurique, na Suíça.

Com o acréscimo de 50% mais vagas a partir da Copa de 2026, o futebol passará a ser a entidade mais "democrática" entre todos os esportes coletivos do programa olímpico.

Nenhuma federação internacional fa-

Nenhum outro campeonato mundial de seleções abrangerá tantas federações como a Copa do Mundo de 2026. Quase um quarto dos países filiados à Fifa terão a oportunidade de disputar um dos torneios mais assistidos do planeta.

cilitou tanto o acesso ao seu principal torneio masculino. Com 211 países filiados atualmente (mais do que os 193 Estados membros da ONU, por exemplo), a Fifa dá a oportunidade para que quase um quarto deles (22,75%) possa disputar a Copa do Mundo de 2026.



É um número extraordinário se comparado com outras modalidades. Quem menos dá acesso aos seu Mundial é o handebol. Apenas 11,76% das federações nacionais irão disputar o Mundial masculino da Alemanha, que começa nesta quarta-feira (dia 11). Dos 204 filiados, apenas 24 terão acesso ao torneio. O Mundial Feminino segue o mesmo modelo.

Outra modalidade que restringe bastante sua elite é o hóquei sobre grama. Apenas 12,8% das federações nacionais terão a chance de jogar o próximo Mundial, marcado para o ano que vem na Índia (masculino) e Inglaterra (feminino).

A única competição desse nível a abrir mais vagas para seus filiados é o Mundial de softbol. Em seu último evento, no Canadá, no ano passado, o torneio contou com 31 países entre 127 filiados à federação internacional. Ou seja, 24,4% tiveram a chance de jogar, incluindo o Brasil, que participou pela primeira vez.

O torneio em que a vaga é mais cobiçada é o Mundial feminino de basquete. Apenas 7,47% das federações filiadas à Fiba jogam o torneio na Espanha, em 2018.

A estratégia de limitar as vagas também é seguida em Mundiais masculinos de modalidades populares, como beisebol (12,9% dos países), vôlei (17,15%) e basquete (14,95%). Entre os homens, o único que segue o exemplo do futebol é o rúgbi 7, que terá 20% dos países filiados em ação nos EUA, em 2018.

JOMA ASSINA COM BRASILEIRO

A espanhola Joma assinou contrato com Thiago Monteiro, atual 82º colocado do ranking da ATP (Associação dos Tenistas Profissionais). O brasileiro subiu 381 posições no ano passado. Os valores do contrato não foram divulgados.

Com o acordo, o tenista, que já foi o segundo do ranking mundial juvenil, se une a atletas como Alex Dolgoplov, Pablo Carreño, Nicolás Almagro e Marcel Granollers.

LA 2024 GERARIA US\$ 18,3 BILHÕES

Caso Los Angeles seja escolhida sede dos Jogos Olímpicos de 2024, os Estados Unidos poderiam faturar até US\$ 18,3 bilhões (R\$ 58,74 bilhões), segundo estudo da consultoria Beacon Economics e da Universidade da Califórnia.

Los Angeles disputa com Paris e Budapeste a eleição do COI. A escolha será feita em 13 de setembro, durante assembleia geral da entidade, marcada para Lima, no Peru.

EURO GERA € 1,2 BILHÃO À FRANÇA

O Ministério da Juventude e do Esporte da França apresentou um estudo, em parceria com o Observatório de Economia do Esporte, mostrando que a Eurocopa 2016 gerou € 1,221 bilhão em faturamento para o país.

Desse montante, € 625,8 milhões vieram com o turismo. Cerca de 600 mil estrangeiros visitaram a França por causa do campeonato vencido por Portugal.



**O incentivo ao esporte
vai muito além da torcida.**

**Porque o Bradesco acredita no
poder transformador do esporte.**

Nova Copa do Mundo abre janela do futebol para o mundo



POR DUDA LOPES

novos negócios da Máquina do Esporte

Não há muita dúvida: tecnicamente, a bola irá sofrer na Copa do Mundo com 48 times, pelo menos na fase de grupos. Mas, mais do que uma valorização financeira em curto prazo, o futebol tem a ganhar de maneira geral.

A verdade é que a Copa do Mundo atual, mesmo bastante inchada, ainda é um clube selete. Países grandes e ricos têm problemas para chegar nela. E, sem estar presente, o desenvolvimento do esporte nesses países fica bastante prejudicado.

Em termos de comparação, seria

como pensar no crescimento do vôlei no Brasil sem a participação do país nos Jogos Olímpicos, especialmente nos anos 1980. Dificilmente ele seria o que é hoje no país.

Caso a estratégia dê certo, a Copa do Mundo poderá ser prejudicada, mas todas as outras competições serão engrandecidas. Desde a Liga dos Campeões, com os olhos ainda mais atentos do mundo, até as ligas regionais, de países emergentes na bola.

Vale a lembrança que, apesar de ser o esporte mais popular do mundo, o

futebol ainda é preterido em países como China, Índia, Japão, Venezuela, Austrália entre outros. Isso sem considerar Estados Unidos e Canadá. Aliás, China, Estados Unidos e Japão são os três maiores PIBs do mundo.

Para nós, amantes do futebol, pode parecer uma iniciativa desastrosa. Mas talvez nossos filhos e netos venham a aproveitar um mundo ainda mais boleiro do que é hoje. E pensar nisso é também função da Fifa.

Corinthians oficializa Minds em nova propriedade do uniforme

POR REDAÇÃO

O Corinthians oficializou nesta terça-feira o patrocínio da escola de idiomas Minds, que acertou uma parceria com o clube até o início de 2018. Além do novo aporte, a direção corinthiana apresentou a nova propriedade no uniforme, que será usada pela companhia.

Trata-se da barra da manga da camisa. Teoricamente, a manga do uniforme seria a segunda propriedade mais valiosa do uniforme do clube paulista. No entanto, com o novo espaço reduzido, a Minds terá um aporte ventilado em menos de R\$ 2 milhões por temporada.

Além da exposição, a Minds terá espaço nas redes sociais do clube e um pacote de ativação para chegar diretamente a torcedores e

a membros da equipe paulista. Ainda serão apresentadas promoções que envolvem funcionários, jogadores e membros do programa de sócio-torcedor.

Esse será o primeiro de três patrocínios que o clube pretende apresentar neste início de ano. O executivo envolvido nas negociações, no entanto, não deverá concluí-las. Gustavo Herberta, gerente de marketing do time, pediu demissão para assumir uma agência da Publicis.

Apesar dos novos parceiros, o time deverá ter baixas entre seus patrocinadores. A Special Dogs não renovou com o time e a TIM também não deverá permanecer. Porém, os dois maiores aportes permanecerão: a Caixa e a Apollo.

Visa ativa NFL e foca experiências internacionais com esporte

POR DUDA LOPES



A Visa é uma das poucas empresas que mantém patrocínio nos dois maiores eventos esportivos do mundo, a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos. Agora, passados os eventos no Brasil, a empresa alinhará as ativações à outra grande propriedade da companhia, a NFL. O foco passa a ser as experiências internacionais que a marca pode promover.

Neste ano, a empresa levará o

troféu do Superbowl para o Shopping Morumbi em São Paulo, no próximo fim de semana, com uma série de ativações online. Mais do que isso, a empresa levará um brasileiro para assistir ao evento nos Estados Unidos, graças a uma parceria com o Ifood para promover o método Visa Checkout.

À **Máquina do Esporte**, o diretor de marketing da Visa no Brasil, Sergio Giorgetti, explicou a

iniciativa: “Temos dois atributos principais: segurança e internacionalização. A NFL carrega esses dois atributos. Mas, mais do que ser um meio fácil e seguro de fazer pagamentos, a Visa quer se posicionar como uma marca que promove experiência”.

E, assim como acontece com a NFL, a experiência internacional passará a ser o foco da empresa com a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos. Por isso, a empresa entende que, apesar do uso intenso dos dois megaeventos nos últimos anos, quando eles foram realizados no Brasil, eles não perderão força por estarem longe.

“Teremos os três pilares: Fifa, Jogos Olímpicos e NFL. Temos uma agenda enorme de ativações. Queremos que a Visa seja o passaporte de experiência de conhecer um país diferente. E faremos parcerias com bancos e parceiros para fazeremos promoções e levarmos clientes”, contou Giorgetti.

Grêmio fecha naming right para pré-temporada

O Grêmio apresentou o naming right da pré-temporada do time neste ano. A empresa de tecnologia 4all dará nome ao período, que será realizado no Centro de Treinamento da equipe gaúcha. A marca já havia feito um aporte pontual ao clube na final da Copa do Brasil de 2016.

A marca da companhia será exposta em placas e

em toda a comunicação oficial do time, na rádio, nas transmissões online e nas redes sociais.

Este é o quarto ano seguido que o Grêmio consegue fechar a propriedade. Em 2014, a Topper acertou com o clube. Nos dois anos seguintes, a Gatorade assinou com a equipe gaúcha para nomear a pré-temporada.