

SUPER ESPORTES

www.df.superesportes.com.br - Subeditor: Marcos Paulo Lima E-mail: esportes.df@dabr.com.br Telefone: (61) 3214-1176

PROVOCAÇÃO

Mano Menezes se destacou no futebol por armar equipes fortes e não poupar reclamações às arbitragens. Ontem, o treinador do Internacional polemizou ao dizer que "virou juvenil" nas cobranças à beira do campo ao ver o tanto que esbraveja o comandante do Palmeiras, Abel Ferreira. "Eu achei que estava meio exagerado, aí fiquei olhando o Abel Ferreira do Palmeiras e virei um juvenil, mas como a tolerância é maior com quem vem de fora, seguimos", cutucou o técnico do Internacional, em entrevista à rádio Grenal.

Os novos donos das camisas

MARCOS PAULO LIMA

O mercado de patrocínio do futebol nacional vive um momento contraditório. Levantamento concluído em 2021 pela multinacional especializada em integridade SportRadar aferiu 88 jogos suspeitos de manipulação de resultados no Brasil. Nove deles flagrados no Candangate — escândalo denunciado pelo **Correio** no ano passado durante a realização do torneio doméstico. Epicentro das fraudes esportivas no mundo, o país testemunha o avanço do investimento das casas de apostas na Série A. Dos 20 clubes da elite, 18 exibem pelo menos um parceiro no uniforme. Mais do que no auge da Era Caixa Econômica Federal. Oito deles — América-MG, Atlético-GO, Atlético-MG, Avaí, Fluminense, Goiás, Santos e São Paulo — ostentam parceiros máster, ou seja, cederam a área nobre da camisa.

A Premier League serve de parâmetro para o avanço dos investimentos no Brasileirão. Lá também há oito clubes bancados por firmas do setor: Southampton, West Ham, Wolverhampton, Aston Villa, Newcastle, Leeds United e Burnley.

As casas de apostas não são necessariamente vilãs. Máfias de apostadores, sim. Estudo da EY, em parceria com a CBF, revela que o mercado de apostas esportivas no futebol brasileiro movimentou mais de R\$ 53 bilhões anualmente. Com viés de alta. Dados da Associação Americana de Apostas projetam que a NFL alcance a cifra dos R\$ 40 bilhões em um só jogo — o badalado SuperBowl.

"Nós vimos algumas tendências se confirmarem em 2021, como, por exemplo, o segmento de Apostas Esportivas passar a liderar em volume de marcas e contratos os patrocínios máster na Série A", atesta Arthur Bernardo Neto, Head do IBOPE Repucom, no Mapa do Patrocínio de uniformes de futebol no Brasil em 2021.

Especializado em direito desportivo, o advogado Eduardo Carlezso chama atenção para outro detalhe. Apesar da legalização no Brasil, a regularização do setor ainda não ocorreu de forma prática. "É realmente significativo e constante o avanço das casas de apostas no patrocínio de clubes. É uma tendência que veio para ficar, ao menos que, futuramente, o governo federal proíba tais acordos no futebol", diz ao **Correio**. Segundo ele, há um debate bastante forte na Europa, principalmente na Itália e Inglaterra. "Porém, como essas discussões normalmente chegam ao país com 10 anos de atraso, não há o que se preocupar neste momento, sobretudo quando sequer temos a regulamentação do setor", critica.

Transparência

Há, ainda, um debate sobre a integridade. A necessidade de uma relação

BRASILEIRÃO Dos 20 clubes da Série A, 18 exibem casas de apostas on-line no uniforme. Oito deles ostentam patrocínio máster, uma quantidade semelhante à da Premier League. Os investimentos do setor no futebol ainda não são regulamentados pelo governo federal

As marcas estampadas na camisa

Clubes da Série A

	América-MG	▶▶▶▶▶	Pixbet (máster)
	Athletico	▶▶▶▶▶	Betmotion!
	Atlético-GO	▶▶▶▶▶	Amuletbet (máster)
	Atlético-MG	▶▶▶▶▶	Betano (máster)
	Avaí	▶▶▶▶▶	Pixbet (máster)
	Ceará	▶▶▶▶▶	Betcris
	Corinthians	▶▶▶▶▶	Galera.bet
	Coritiba	▶▶▶▶▶	Dafabet
	Cuiabá	▶▶▶▶▶	Luck Sports
	Flamengo	▶▶▶▶▶	Pixbet
	Fluminense	▶▶▶▶▶	Betano (máster)
	Fortaleza	▶▶▶▶▶	Betcris
	Goiás	▶▶▶▶▶	Pixbet (máster)
	Internacional	▶▶▶▶▶	Betsul
	Juventude	▶▶▶▶▶	Marsbet
	Red Bull	▶▶▶▶▶	BetPix365
	Santos	▶▶▶▶▶	Pixbet (máster)
	São Paulo	▶▶▶▶▶	Sportsbet.io (máster)

"É uma tendência veio para ficar, ao menos que futuramente o governo federal proíba acordos no futebol, seguindo debate que hoje é forte na Itália e Inglaterra"

Eduardo Carlezso,
especialista em direito desportivo

"A parceria com grandes clubes ajuda na divulgação da cultura do jogo responsável, a certeza de um ambiente de entretenimento legal, confiável e sustentável"

Ricardo Bianco Rosada,
do Galera.bet, parceiro do Corinthians

transparente e de credibilidade entre a operadora e o apostador diante da série crescente de escândalos estaduais, nacionais e internacionais. "Nosso objetivo é criar uma relação de proximidade e confiabilidade com o torcedor. Queremos que eles entrem no nosso site e saibam que ali é um ambiente seguro, protegido e de entretenimento saudável", defende Ricardo Bianco Rosada, responsável pelo marketing e branding do Galera.bet. A empresa patrocina o Corinthians e assinou recentemente contrato com a CBF para exposição no Campeonato Brasileiro.

Alvo da Máfia do Apito no escândalo de 2005, o Brasileirão teve 11 jogos manipulados naquela edição. Todos refeitos. O escândalo virou trauma para a CBF e o torcedor-apostador. Pesquisa realizada pela PlayTech revela a demanda por transparência. Questionados sobre o que as empresas podem fazer para os usuários sul-americanos se sentirem mais confiantes em apostar on-line, 45% dos entrevistados cobraram mais informações e ferramentas de proteção, enquanto 44% demandaram mais clareza sobre as operadoras. A resposta foi imediata: CBF e federações como a do DF e de São Paulo contrataram serviços de integridade responsáveis por monitorar jogos. "Por isso, a parceria com grandes clubes também é importante, pois nos ajuda na divulgação e disseminação da cultura do jogo responsável e na redução do mercado. Acreditamos que só o conhecimento traz a certeza de um ambiente de entretenimento legal, confiável e sustentável", argumenta Ricardo Bianco Rosada.

Interação

Outro ponto é ir além da transformação de torcedores em apostadores. É relevante relacionar-se com ele. "O investimento no setor é muito importante, mas as empresas devem entender que só o patrocínio não basta. É fundamental ter uma verba de ativação para criar uma relação com a torcida, ou seja, converter clientes para a empresa", alerta Bernardo Pontes, sócio da BP Sports.

Clubes nordestinos avançam nesse sentido. Mesmo rebaixado para a Série B, o Bahia tem investido em interação. "Na temporada passada, fizemos um concurso para escolher o design do novo ônibus da equipe profissional. O vencedor garantiu diversos prêmios. O patrocinador tem que ir além da exposição no uniforme", conta Hans Scheiler, diretor de marketing da Casa de Apostas.

"Com as plataformas digitais dessas empresas, a interação é extremamente interessante para ambas as partes", testemunha o presidente do Fortaleza, Marcelo Paz.

Rodada

Alexandre Vidal/Flamengo



Ceará x Flamengo

Cearenses e rubro-negros medem forças hoje, às 16h30, no Castelão. Separados por dois pontos, a vitória é imprescindível para ambos os lados. O Premiere transmite.

Rodrigo Coca/Ag. Corinthians



Inter x Corinthians

Às 19h, o Beira-Rio será palco para mais um clássico nacional. Há dois jogos sem vitória, o Colorado recebe um Timão embalado e líder. A transmissão é do Premiere.

Cesar Greco/Palmeiras



Palmeiras x Bragantino

No Allianz Parque, o Verdão encara o Bragantino, às 16h. A expectativa é de um duelo equilibrado entre dois dos quatro finalistas continentais no ano passado.

Mailson Santana - Fluminense FC



Fluminense x Athletico

Invicto há três jogos, o Fluminense enfrenta o Furacão, às 21h, em Volta Redonda. Ocupando a segunda parte da tabela, somente a vitória interessa aos dois.

Pedro Souza/Atlético-MG



Atlético-GO x Atlético-MG

O Estádio Independência recebe o duelo de Atlético, às 19h. Ainda sem embalar, o poderoso Galo mineiro recebe o Dragão goianiense, vice-lanterna.

Lindsey Parnaby / AFP



Chelsea x Liverpool

Finalista da Champions League contra o Real Madrid no próximo dia 28, o Liverpool encara o Chelsea, hoje, às 12h45, em Wembley, na decisão da Copa da Inglaterra.