

A GESTÃO DE IMAGEM PARA OS JOGADORES DE FUTEBOL

A Gestão de Imagem dos jogadores de futebol no Brasil, antes de domínio exclusivo de clubes e empresários do meio futebolístico, deu espaço para empresas de marketing especializadas, tal como a Nine, IMGX, MVP Sports ou a francesa Havas.

O cuidado com a imagem do jogador de futebol atualmente ultrapassa a mera vaidade, tornando-se uma questão de destaque mercadológico, com vistas à maximização dos lucros obtidos com o esporte. Uma boa imagem rende contratos multimilionários com diversos setores do mercado, de curto a longo prazo, tal como ocorreu com Pelé e Ronaldo. A longevidade dos contratos firmados depende, essencialmente, da forma como é gerida a imagem do atleta no decorrer de sua carreira.

A exposição televisiva ou mesmo nas redes sociais, é massiva no dia de hoje, colocando o atleta em exposição direta com o público alvo. Deslizes como o do jogador Adriano ou mesmo as extravagâncias financeiras de Muller, causam a ruína empresarial fora de campo e eliminam qualquer possibilidade de obtenção de proventos decorrentes dessas imagens, após o fim da carreira no futebol.

A reputação e o renome podem determinar a longevidade ou ruína laborativa de um atleta, sendo que a carreira extra-campo de Neymar foi salva a tempo pelos serviços da empresa Nine, que suportaram as pressões das marcas patrocinadas e conseguiram conscientizar o jogador a modificar sua conduta de tal forma, que ele voltou a figurar de forma brilhante entre as marcas ligadas aos atletas de futebol.

A imagem institucional consolidada oferece vantagem competitiva frente aos demais atletas que causam problemas constantes dentro ou fora de campo, ou mesmo aos que permanecem omissos à nova realidade publicitária.

Neste ponto, uma empresa de marketing que zele pela imagem de um atleta, pode adotar uma filosofia de trabalho, que conscientize este da importância de sua imagem e seus reflexos sobre os produtos e serviços divulgados. Um bom exemplo está na parceria criada entre a Nine e Wagner Ribeiro, que atraíram jogadores do porte de Neymar e Lucas e a influência determinante na postura destes atletas e o reflexo direto com a melhoria dos contratos de publicidade.

A captação de patrocinadores e a assessoria de imprensa são os principais atrativos que estas empresas possuem para conquistar estes atletas. O portfólio de marcas "tops" e, de nada adianta a criação de imagens maquiadas ou irreais, que não encontram mais guarida frente a empresas sérias ou socialmente responsáveis.

O media training, core business, assessoria financeira, educação para investimentos (para evitar o desastre financeiro como o do jogador Muller), alimentação, imobiliária, jurídica (desde a assinatura de procurações e o fechamento de contratos multimilionários) e até mesmo psicológica trazem a estas empresas de gestão de imagem, contratos patrocinados onde o percentual de repasse gira entre 15% a 20% do total acordado.

Auxiliar os atletas a obterem resultados positivos frente à prévia reputação, administrando uma imagem que gera idolatria e opinião, dentro e fora de campo, é o dever fundamental destes gestores, que devem tratar a imagem destes jogadores, como verdadeiros produtos.

A indústria do esporte impulsiona a gestão do marketing esportivo, devendo ocorrer o planejamento estratégico de marketing, elaboração de promoções e ações de marketing que elevem a imagem do atleta.

A Gestão Esportiva de Imagem é um nicho de mercado praticamente inexplorado de forma profissional no Brasil, onde empresas que atuarem com ética, lisura e transparência em suas negociações, fatalmente atrairão para seus clientes/atletas, campanhas publicitárias significativas. Agregar credibilidade à imagem do jogador, bem como aproximá-lo da família brasileira, são os grandes desafios para os gestores de imagem que desejarem elevar seus atletas aos patamares mais cobrados do meio publicitário nacional.

Fontes: Instituto Brasileiro de Direito Desportivo (<http://www.ibdd.com.br>) Universidade do Futebol (<http://www.universidadedofutebol.com.br>)

Sobre o Autor

Informações para a Imprensa: Guilherme Pessoa Franco de Camargo, advogado do escritório Pereira, Camargo & Lara Advogados Associados, atuante nas áreas de Direito Empresarial e Previdenciário, em Campinas e região. www.pclassociados.com.br e-mail: guilherme@pclassociados.com.br / Tel.: (19)3383-3279