



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

A relação entre o esporte universitário americano, os estudantes-atletas e uma indústria de entretenimento bilionária.

João Gabriel Tuche Perciano Belo

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, dezembro de 2021.



João Gabriel Tuche Perciano Belo

**A relação entre o esporte universitário americano, os
estudantes-atletas e uma indústria de entretenimento
bilionária.**

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientadora: Alessandra Baiocchi A. Corrêa

Rio de Janeiro
Dezembro de 2021.

Agradecimentos

Durante toda a minha trajetória acadêmica e mais recentemente, na minha trajetória profissional, eu tive e tenho apoio incondicional do meu pai, Dael, da minha mãe, Maria, da minha irmã, Malu, da minha tia, Vera, e da Cidinha. Cada um, com seu jeito único, esteve ao meu lado, na minhas frequentes idas e vindas, indecisões, devaneios, erros e acertos.

Gostaria de agradecer à minha namorada, Miriam, por ter me ajudado na escolha da orientadora, ter me dado dicas ao longo do processo e ter me apoiado durante toda essa jornada!

Gostaria também de agradecer à minha orientadora, Alessandra Baiocchi, uma pessoa ímpar e iluminada, que me ajudou e facilitou todo o processo de escrever a monografia.

Assim sendo, nesse momento de fechamento de um ciclo, um ciclo tão importante como a tão desejada colação de grau, eu poderia somente agradecer-los e mostrar minha gratidão.

Pai, Mãe, Malu, Tia Vera, Cidinha, Miri e Alê, aqui eu deixo o meu muito obrigado e minha eterna gratidão para com vocês. Não teria alçado voos tão longos e criado minhas próprias asas se não fosse por vocês.

Que jornada que têm sido!

Como diria Alexander Supertramp: “Felicidade verdadeira é a felicidade compartilhada”, e é com vocês que eu gostaria de compartilhar esse momento!

Resumo

BELO, João. **A relação entre o esporte universitário americano, os estudantes-atletas e uma indústria de entretenimento bilionária.** Rio de Janeiro, 2021. 45p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta pesquisa se propôs a investigar o impacto das novas leis estaduais que autorizam a monetização dos estudantes-atletas das universidades norte-americanas. A investigação foi realizada através de dados secundários e entrevistas com pessoas do meio esportivo universitário americano. A partir dos dados secundários foi possível compreender o tamanho dessa indústria de entretenimento bilionária e todo o sistema que rege esses esportes. Com base nas entrevistas foi possível inferir as principais mudanças que ocorrerão dentro desse modelo de negócios como consequência das leis que vêm surgindo em diversos estados dos EUA. Os resultados também apontam como cada um dos stakeholders dessa equação será afetado e como deverão se adaptar à nova dinâmica dessa indústria.

Palavras-chave: Esporte universitário americano, NCAA, estudantes-atletas.

Abstract

BELO, João. **The relationship between American collegiate athletics, student-athletes, and a billion-dollar entertainment industry.** Rio de Janeiro, 2021. 45p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research aimed to investigate the impact of the new state laws that authorize the monetization of student-athlete's name, image, and likeness in American universities, through the collection of secondary data and interviews

with people from the collegiate athletics landscape. From the secondary data, it was possible to understand the size of this billion-dollar entertainment industry and the entire system that governs it. From the interviews, it was possible to infer the main changes that will occur within this business model with the implementation of laws that have been emerging in several US states. Also, how each of the stakeholders involved in this equation will be affected and how they will have to adapt to the new dynamics of the industry.

Keywords

College Sports, student-athletes, NCAA

Sumário

1 Introdução	1
2 Contexto e realidade investigada	4
2.1. O sistema por trás do esporte universitário americano	4
2.2. As cifras bilionárias e seu destino	5
2.3. Punição dos estudantes-atletas	6
2.4. Situação financeira dos atletas	7
2.5. As reações e protestos no meio esportivo	7
2.6. Lei em favor dos estudantes-atletas: Suprema Corte, Califórnia e outros estados	9
3 Passos Metodológicos	11
3.1. Etapa 1	11
3.2. Etapa 2	12
3.3. Etapa 3	13
4 Apresentação dos resultados	14
4.1. Entrevista com Rodolfo, estudante-atleta.	14
4.2. Entrevista com Daniel, Diretor operações NBA, ex estudante-atleta.	15
4.3. Entrevista com Lazar, atleta profissional, ex estudante-atleta.	17
4.4. Entrevista com Scott, técnico-assistente e ex estudante-atleta.	18
4.5. Entrevista com Kyle, técnico principal e ex-estudante-atleta	20
4.6. Entrevista com Antônio, estudante-atleta	22
4.7. Entrevista com Davi, estudante-atleta	24
5 Discussões e propostas	27
5.1. Os estudantes-atletas	27
5.2. As Universidades	29
5.3. As Marcas e Patrocinadores	30

5.4. Oportunidades no novo modelo de negócios para o esporte universitário	32
6. Conclusão	34
7. Referências	36
8. Anexo	39

1 Introdução

As universidades americanas são notoriamente conhecidas por estarem no topo de todas as classificações e rankings das melhores universidades do mundo. Segundo Pati e Gasparini (2016), uma pesquisa publicada pela Times Higher Education indica que oito das dez melhores universidades do mundo encontram-se em solo americano. Dentre os motivos pelos quais estas universidades alcançaram o patamar no qual se encontram esta inserido o esporte universitário e as receitas geradas por esta atividade. Não existe nenhum outro país no mundo que conseguiu utilizar atletas amadores e diversas modalidades esportivas para elevar ainda mais o nível de suas universidades.

Atualmente as universidades americanas estão faturando e lucrando em cima de um mercado que cresce ano após ano e que entretêm e fideliza milhões de fãs, não somente nos Estados Unidos, mas sim em todo mundo. Como exemplo dessa expansão de popularidade ao redor do mundo, segundo levantamento feito por Clarey (2011), a final do campeonato de basquete universitário de 2010 foi televisionada por 178 países.

Todos os anos, as universidades públicas dos Estados Unidos devem tornar público sua prestação de contas. Dentro do calendário acadêmico de 2018-19, as dez universidades que mais geraram receita com esportes universitários somaram mais de um bilhão de dólares (Berkowitz et al., 2021). Dados levantados por Capelo (2014), para efeito de comparação, no ano fiscal de 2013, a NCAA, entidade americana que organiza as competições universitárias, faturou o equivalente a R\$ 2,1 bilhões, enquanto a CBF (Confederação Brasileira de Futebol), que detém um dos maiores ativos do mundo do futebol, a seleção brasileira, pentacampeã do mundo, faturou, no mesmo ano fiscal de 2013, R\$ 436 milhões, o que equivale a somente um quinto da receita da NCAA (2014).

Entretanto, apesar de todo dinheiro que se gera e movimenta, não se vê nenhum atleta universitário recebendo qualquer valor financeiro por suas performances esportivas. Todas as partes envolvidas ficam com uma fatia do bolo, mas e os atletas universitários?

Até recentemente, estudantes-atletas eram legalmente proibidos de receber qualquer tipo de patrocínio, de explorar seus direitos de imagem e receber salários das universidades, de acordo com o artigo 12 da NCAA (Associação Atlética Universitário Nacional). Tal artigo justifica essa proibição alegando que os estudantes são atletas amadores.

Entretanto, no ano de 2019, uma lei californiana veio a ser aprovada com o objetivo de alterar esse cenário, que vigora por décadas, permitindo a remuneração, por meio de diversos fins, dos estudantes-atletas. Após essa lei californiana, diversas outras leis nos demais estados começaram a ser aprovadas até que a Suprema Corte Americana deu um veredito em favor desses atletas.

No novo cenário, os estudantes-atletas poderão monetizar suas imagens, captar patrocínios, contratar empresários e agentes, enfim explorar as mais diversas formas de ganhar dinheiro, alterando seus status financeiros e sociais. Assim sendo, o foco desse trabalho será entender o impacto que essas novas leis terão e como alterarão a dinâmica dessa indústria bilionária, que por mais de 115 anos de existência explorou uma mão de obra altamente lucrativa, sem qualquer tipo de compensação financeira. Esse trabalho não tem como finalidade explorar o ecossistema de esportes universitários no Brasil e tampouco traçar um paralelo entre os dois mercados pois os mecanismos de funcionamento são amplamente distintos.

Nos dias de hoje, os estudantes-atletas se agarram à oportunidade de jogarem profissionalmente nas principais ligas esportivas profissionais americanas como a NBA (Liga de Basquete Profissional Americana), NFL (Liga de Futebol Americano Profissional), NHL (Liga de Hóquei no Gelo Profissional Americana), MLS (Liga de Futebol Profissional Americana), dentre outras ligas. Atualmente, é essa a motivação que eles têm ao longo da universidade. Com as novas diretrizes e a possibilidade de os estudantes-atletas monetizarem ao longo dos anos de faculdade, esse cenário atual pode se alterar.

Posto que os atletas vão buscar universidades nas quais eles terão maiores possibilidades de remuneração, as marcas começarão a focar em parcerias estratégicas com esses atletas para atrair um público que nasce em um mundo 100% digital. Os grandes conglomerados de mídia deverão atentar aos direitos de imagem desses atletas e as universidades terão que criar mecanismos chamativos para atraí-los. Conseqüentemente, é necessário pensar num novo modelo de negócios para o esporte universitário.

Diante deste cenário, o objetivo deste trabalho é analisar esse ecossistema, para, em seguida, apontar oportunidades dentro de um novo modelo de negócios para o esporte universitário. Para tal, foi conduzida uma pesquisa exploratória que analisou relatórios, artigos relevantes, além da realização de entrevistas com pessoas envolvidas no setor.

2 Contexto e realidade investigada

Neste tópico são apresentados e discutidos aspectos conceituais e estudos relacionados ao tema que servirão de base para a investigação realizada. O objetivo é analisar através de tópicos os motivos pelos quais os estudantes-atletas não podem receber pagamentos e entender o movimento atual que ocorre nos EUA, em prol de uma equação mais justa e que os envolva, já que são o coração de toda a indústria do entretenimento do esporte universitário americano.

2.1. O sistema por trás do esporte universitário americano

O sistema esportivo universitário americano é regulado pela NCAA (Associação Atlética Universitário Nacional). De acordo com um regulamento com mais de 465 páginas proposto pela entidade, encontra-se o artigo 12, que impede os atletas universitários de aceitarem compensação em troca de permitir que seu nome ou foto sejam utilizados com fins comerciais e de promoção de algum produto ou serviço comercial de qualquer tipo (NCAA, 2021).

O mesmo artigo 12 proíbe que os atletas aceitem patrocínios, recebam dinheiro para autografar ou monetizem canais de mídias sociais. Para agravar ainda mais a situação do estudante-atleta, a NCAA tem uma regra que estabelece que jogadores não podem participar de qualquer esporte universitário caso estejam sendo representados por agentes (NCAA, 2021).

A justificativa para a proibição e as rigorosas medidas para com os estudantes-atletas é de que eles são considerados atletas amadores que recebem bolsas de estudo das universidades pelas quais competem. (RAUENZAHN et al., 2021)

2.2. As cifras bilionárias e seu destino

De acordo com Cameron (2019), a NCAA gerou 1 bilhão de dólares em receitas provenientes das competições esportivas universitárias nos EUA no calendário acadêmico de 2016-2017. Em 2019, a Associação Americana de Apostas fez uma projeção de quanto seria apostado nas finais do torneio de basquete universitário e os resultados foram estrondosos: esperava-se que 47 milhões de americanos apostassem 8,5 bilhões de dólares nos resultados da final (CAMERON, 2019).

Em relação às finais de basquete, de acordo com McGinty (2021), a NCAA fechou um contrato de 1.1 bilhão de dólares com as principais emissoras de televisão norte-americanas para transmitir os jogos das finais e empresas pagaram um total de 898 milhões de dólares em anúncios e propagandas durante o torneio final. Os jogos, das mais diversas modalidades esportivas, são transmitidos via as maiores emissoras de televisão norte-americanas. De acordo com Guirro (2017), uma das maiores conferências universitárias, a Southeastern Conference (SEC), paga para cada uma das universidades da conferência US\$34 milhões em direitos televisivos.

Ademais, as universidades são patrocinadas por grandes marcas, como é o exemplo da Universidade de Michigan, que em 2015, fechou o maior contrato de fornecimento de material esportivo da história do esporte universitário. Segundo o site de notícias Terra, o contrato de 11 anos com a marca Nike foi acordado por uma quantia de US\$169 milhões, ou o equivalente a 530 milhões de reais (TERRA, 2015).

Os fãs lotam os estádios todos os jogos. Segundo Capelo (2014), na temporada de 2013, o futebol americano universitário levou aos estádios um total de 50 milhões de torcedores, com uma média de público de 45.671 torcedores por jogo. Um caso emblemático, que mostra mais uma vez a força dessas universidades, é a média de ocupação do estádio de futebol americano da Universidade de Michigan, que na temporada de 2013 ficou na casa de 111.592 torcedores por jogo. Para efeito de comparação, atualmente, o Maracanã, maior símbolo do futebol no mundo, tem uma capacidade máxima de 78 mil lugares.

Os *naming rights*¹ dos estádios foram vendidos por milhões de dólares. Segundo Dosh (2014), o estádio de futebol americano da Universidade de Louisville, cujo nome é Papa John's Cardinal Stadium, teve seus *naming rights*

¹ Naming Rights é a concessão legal para nomear um evento ou local com o nome de uma marca.

vendidos para a famosa marca de pizzas norte-americana por 52 anos, por um montante de US\$15.000.000,00.

Entretanto, os atletas não ficavam com nenhuma parte desse enorme mercado que movimentava bilhões de dólares anualmente.

2.3. Punição dos estudantes-atletas

A NCAA é muito rigorosa no que se trata de monitorar e regular qualquer atividade que possa ser considerada uma infração do artigo 12.

Ted Nevius, advogado esportivo e ex investigador da NCAA, que hoje atua em prol dos estudantes-atletas, recentemente compartilhou em um TED Talk com o título de “The exploitation of US college athletes”² um emblemático caso que ele geriu enquanto investigador da maior entidade esportiva americana para esportes universitários (TED Talk, 2021).

O caso ficou tão conhecido em território americano que ganhou o nome de “Tattoogate”, fazendo referência ao famoso caso de política estadunidense “Watergate”. Atletas da Universidade do Estado de Ohio receberam dinheiro de um tatuador local para tatuarem momentos decisivos jogando pela universidade. Segundo Nevius (TED, 2021), os jogadores foram suspensos e tiveram que devolver o dinheiro que receberam do tatuador. Além disso, uma empresa multibilionária que é contratada por patrocinadores das universidades para criar logos de momentos memoráveis dos seus atletas multou estes estudantes.

Um outro caso bem notório que ocorreu alguns anos atrás se deu com o jogador profissional de futebol americano Dez Bryant. Segundo Brautigan (2010), quando ele era um estudante-atleta da Universidade do Estado de Oklahoma, foi suspenso de metade da temporada de 2009 porque ele não conseguiu comprovar de forma clara e transparente o seu relacionamento com Deion Sanders, ex-jogador de futebol americano e que atuava como mentor do jovem Dez, naquela época.

Em outro caso extremamente polêmico, o jogador de futebol americano profissional, A.J Green, na época jogando pela universidade de Geórgia, foi suspenso por quatro jogos na temporada de 2009 por ter vendido a camisa que ele utilizou no jogo do *Independence Bowl* (BRAUTIGAN, 2010). A grande questão levantada na época foi, e se ele decidisse vender seu computador

² Em tradução livre: “A exploração dos estudantes-atletas americanos”

pessoal, também seria penalizado? No final do dia, são itens de sua propriedade.

Outro momento marcante foi quando a NCAA descobriu que Reggie Bush, quando na universidade de Southern California, recebeu \$200.000 de um agente esportivo. A universidade sofreu sanções pelos quatro anos que seguiram a descoberta do caso e o atleta Reggie Bush perdeu o seu *Heisman Trophy*, maior honraria que um jogador de futebol americano universitário pode receber (BRAUTIGAN, 2010).

2.4. Situação financeira dos atletas

Segundo Smith (2021), uma pesquisa realizada recentemente com estudantes-atletas, revelou que um em cada quatro atletas passaram por experiência de insegurança alimentar e quase 14% não tinham um teto para dormir no último ano. Apesar desse cenário de instabilidade para esses esportistas, eles investiram de 28 a 40 horas semanais para atividades atléticas durante a temporada de esportes. Juntando esse período com um trabalho de tempo integral e demandas de estudo, atletas universitários dormem menos do que 6 horas por noite.

Além do estresse emocional e desgaste físico que os estudantes-atletas passam ao longo de seus quatro anos de universidade, tem mais um agravante em relação às suas trajetórias como atletas: a grande maioria não se tornará atleta profissional. Conforme Smith (2021) declara, a NCAA estima que somente 2% dos atletas de futebol americano universitário se tornarão atletas profissionais e apenas 1% se tornará jogador de basquete profissional. Portanto, para a grande maioria desses atletas, não há nenhum tipo de retorno de longo prazo.

Diante deste contexto e considerando as condições as quais os atletas estão submetidos, iniciou-se nos EUA um movimento para transformar o atual sistema. Esse movimento é apoiado por grandes personalidades do esporte estadunidense.

2.5. As reações e protestos no meio esportivo

Dado o cenário acima exposto de como funciona a indústria dos esportes universitários americanos, a movimentação financeira gerada com todo esse mercado e a comprovação de que os estudantes-atletas estão, através de suas

habilidades esportivas, gerando riquezas para todos os *stakeholders* envolvidos, menos para si, é necessário falar da pressão que grandes personalidades do esporte passaram a fazer para algum tipo de mudança nesse sistema que prejudica e desfavorece o atleta universitário.

É o caso do mundialmente conhecido jogador de basquete norte-americano LeBron James. Multicampeão e eleito quatro vezes o melhor jogador da temporada na NBA, ele é um dos maiores entusiastas de uma grande mudança no sistema imposto sob os atletas universitários. Segundo Golliver (2019), LeBron James, caso tivesse feito faculdade, teria vendido milhares de camisas com seu número, o ginásio de sua universidade estaria lotado todos os jogos, sua foto estaria na capa dos jogos de videogame de basquete e ele não teria arrecadado um dólar sequer. Naquela ocasião, esse dinheiro teria feito muita diferença na vida de James, já que ele e sua mãe passavam por muitas dificuldades.

Richard Sherman, jogador de futebol americano profissional, e que estudou na Universidade de Stanford se posiciona de forma mais enfática. Segundo Boren (2019), o jogador quer ver a NCAA destruída, pois ele crê que a entidade é corrupta e composta por diversas pessoas que estão se aproveitando de crianças, mas na verdade querem mesmo é lucrar em cima delas de forma descarada.

Outro atleta que se posicionou de forma bem contundente em relação ao tema foi Draymond Green, atleta de basquete profissional do Golden State Warriors. De acordo com entrevista dada para Cindy Boren, Green vê a NCAA como uma ditadura. Ele não enxerga nenhuma diferença entre países ditatoriais e a entidade citada, já que os estudantes-atletas passam no mínimo quatro anos em condições financeiras péssimas enquanto todos envolvidos estão faturando às suas custas (BOREN, 2019).

A pressão feita foi tão grande que novas leis estão sendo aprovadas em diversos estados americanos que favorecem esses estudantes-atletas e facilitam o recebimento de salários.

2.6. Lei em favor dos estudantes-atletas: Suprema Corte, Califórnia e outros estados

A Suprema Corte Americana em 21/06/2021 tomou uma decisão a favor dos estudantes-atletas no caso *National Collegiate Athletic Association vs Alston*. De acordo com Liptak (2021), nessa decisão a Suprema Corte Americana regula que a NCAA não pode barrar “relativamente modestos” pagamentos para os estudantes-atletas, além disso, tal decisão tem foco somente em referência a pagamentos e benefícios relacionados à educação.

Apesar se ser um primeiro passo para a regulamentação da remuneração dos estudantes universitários, nos E.U.A. as leis estaduais têm um peso muito maior, pois além de questões relacionadas à educação, quase todas as leis tratam também sob a monetização da imagem desses atletas e captação de patrocínios.

O primeiro estado americano a regulamentar a questão foi a Califórnia. Em setembro de 2019, dada a pressão por parte de figuras conhecidas no mundo do esporte conforme discutido no item 2.5, uma lei foi assinada na Califórnia, pelo então governador Gavin Newsom para tratar sobre a temática e resolver essa inequidade. Conforme mencionado por John Woloha, é a lei SB206, conhecida por “*Fair Pay to Play Act*”³ (WOLOHA, 2020).

Segundo Jack Kelly (2019), o texto da lei aprovada permite que estudantes-atletas do estado da Califórnia contratem agentes e sejam remunerados pela sua imagem e nome. Assim sendo, pela primeira vez na história do esporte universitário americano, atletas poderão extrair benefícios financeiros a partir de suas atividades esportivas. A nova lei californiana entrará em vigor a partir de 2023 e, além de permitir a monetização dos universitários a partir dos esportes que praticam, também vai coibir qualquer tipo de retaliação da NCAA para com os estudantes-atletas que começarem a capitalizar em cima de seus nome e imagem.

Após o pioneirismo do estado da Califórnia, diversos outros estados americanos passaram a se movimentar em prol dos atletas e começaram a mobilizar leis a fim de tomarem o mesmo rumo que a Califórnia tomou. Outros dois casos que dão muita força para esse movimento são os estados do Texas e da Flórida. Segundo Murphy (2020), o governador da Flórida, Ron DeSantis, assinou uma lei similar como a lei assinada na Califórnia, porém que entrará em vigor bem antes desta, tendo sua data de vigência em julho de 2021. Assim

³ Em tradução livre: Ato “Jogar com Salário Justo”

sendo, a partir do meio desse ano, estudantes-atletas da Flórida já poderão receber valores financeiros por consequência do uso de seus nomes e imagens promovendo marcas e sendo patrocinados.

No Texas, a tendência é a mesma. De acordo com McGee (2021), o governador do estado do Texas, Greg Abbott aprovou, no dia 14 de junho de 2021 uma lei que terá os mesmos efeitos que as leis aprovadas na Califórnia e na Flórida. Além desses três icônicos casos, mais 15 estados norte-americanos já aprovaram leis com o mesmo teor da lei californiana.

Esse movimento que se tornou tendência nos EUA terá grande impacto no funcionamento desse multibilionário mercado e poderá alterar de forma definitiva a distribuição de dividendos e trazer uma nova tônica para um sistema que por décadas foi dominado exclusivamente pela NCAA.

3 Passos Metodológicos

Esta pesquisa de caráter exploratório foi desenvolvida em três fases com métodos qualitativos. Na primeira fase foram consultados dados secundários na forma de artigos, relatórios acerca da indústria do esporte universitário americano e matérias de jornais americanos e brasileiros acerca de esportes universitários nos E.U.A.

Na segunda fase foram realizadas sete entrevistas com pessoas envolvidas no meio esportivo universitário americano. Os entrevistados foram selecionados por acessibilidade e pelo método “bola de neve”, buscando entrevistar atletas, ex-atletas, técnicos e profissionais envolvidos com as ligas esportivas. Foram realizadas algumas tentativas de entrevistar representantes de marcas e emissoras de televisão, entretanto não foi possível agendar dentro do prazo necessário.

Na terceira e última fase foi realizada a análise das entrevistas citadas, observando os pontos em comum e distintos entre suas opiniões. As três fases da pesquisa estão expostas a seguir.

3.1. Etapa 1

Na primeira fase do trabalho, foi realizada uma pesquisa sobre o ecossistema do esporte universitário americano. Foram abordados pontos sensíveis e primordiais para o entendimento do objeto de pesquisa: o funcionamento das competições e como as universidades se organizam, a legislação e as regras que ditam o que ocorre nas quadras e gramados, as mudanças disruptivas acerca da legislação atual, as cifras bilionárias recebidas por todos os stakeholders envolvidos menos os atletas e as pressões de grandes personalidades esportivas dos Estados Unidos por mudanças em prol desses atletas.

Esta fase da pesquisa se deu por meio de fontes secundárias, desde artigos acadêmicos e revistas científicas até relatórios de mercado. A partir desta contextualização, foi desenvolvido o conteúdo do capítulo 2.

3.2. Etapa 2

Após a pesquisa com dados secundários, iniciou-se a segunda fase da pesquisa de campo com dados primários. Para a coleta de dados, optou-se pelo instrumento de entrevistas qualitativas com roteiro semiestruturado com pessoas envolvidas no meio esportivo universitário americano (Anexo 1).

A forma como foram conduzidas as sete entrevistas foi via plataformas de videoconferência e telefone, pois todos os escolhidos moram nos Estados Unidos ou Europa. Os atletas foram selecionados pela acessibilidade, ou seja, conhecidos ou por indicação de amigos, e pelo método de “bola de neve”, quando um entrevistado indica outro. Das sete entrevistas, três foram realizadas em inglês e cinco foram realizadas em português.

A Tabela 1 apresenta os entrevistados com seu primeiro nome, suas ocupações atuais, a fim de mostrar sua relação com o esporte universitário americano, o esporte ao qual estão relacionados e a divisão que suas universidades jogam.

Tabela 1: Lista dos entrevistados

Entrevistado	Ocupação	Esporte Divisão	Língua da entrevista	Forma
Kyle	Ex-atleta universitário e Técnico Principal da Universidade do Estado de Nova Iorque - New Paltz	Futebol D3	Inglês	Zoom
Scott	Ex-atleta universitário e Técnico Assistente da Universidade do Estado de Nova Iorque - New Paltz	Futebol D3	Inglês	Google Meet
Davi	Atleta da Universidade de Eastern Illinois	Futebol D2	Português	Zoom
Antônio	Atleta da Universidade de Limestone	Futebol D1	Português	Zoom

Rodolfo	Atleta da Universidade de Eastern Illinois	Basquete D1	Português	Google Meet
Daniel	Ex-atleta da Universidade de George Washington e Diretor de Operações LATAM da NBA	Basquete D1	Português	Telefone
Lazar	Ex-atleta da Universidade da Califórnia - Berkeley	Polo Aquático D1	Inglês	Zoom

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.3. Etapa 3

A análise iniciou com a transcrição parcial das entrevistas em forma de relatos. Os resultados foram estudados para identificar as narrativas que respondessem à pergunta de pesquisa. Após identificadas, foram organizadas em categorias abordadas no capítulo 5.

Os dados secundários foram analisados para uma maior familiaridade com ecossistema dos esportes universitários nos EUA e para investigar como as novas leis que permitem os estudantes-atletas monetizarem suas imagens, além de captarem patrocínios poderá trazer mudanças disruptivas para esse ecossistema. A partir da coleta de informações tanto das entrevistas qualitativas quanto das fontes secundárias, foi realizado o levantamento dos principais aspectos a serem tratados como principais mudanças nesse modelo de negócios que perdura por mais de cem anos.

4 Apresentação dos resultados

Nesta seção serão apresentados os resultados das entrevistas através de relatos dos entrevistados. Para cumprir com o objetivo desta pesquisa, é importante conhecer o background de cada um, sua relação com o esporte universitário americano, a cadeira que ocupam, suas opiniões acerca da legislação que dita as regras e suas visões de futuro para essa indústria bilionária, a fim de compor a análise e as discussões que serão conduzidas no capítulo 5.

4.1. Entrevista com Rodolfo, estudante-atleta.

Rodolfo tem 18 anos, é brasileiro e joga na base da seleção brasileira de basquete. Atualmente, está morando no estado de Illinois, nos Estados Unidos e é estudante-atleta calouro, de basquete, na Eastern Illinois University, um programa que joga na conferência Ohio Valley Conference.

Rodolfo não tinha conhecimento do artigo 12 da NCAA, mas é a favor das novas leis estaduais que vem surgindo. Segundo ele, jogadores de elite saem do ensino médio e não vão mais para as universidades, pois sabem que nas universidades não serão pagos pelo desempenho atlético. Assim, esses jogadores optam por atuarem um ano em ligas mais fracas que a NBA, como NBL (liga australiana de basquete), a D-League (Liga de Desenvolvimento da NBA) e a Overtime League. Rodolfo explicou que um ano é o mínimo necessário que os atletas têm que obedecer para depois entrarem na NBA. É por isso que optam por jogar esse ano em outras ligas e depois tentam uma vaga na liga americana de basquete.

Nas suas palavras:

Caso os atletas possam ser remunerados enquanto estiverem na faculdade, é possível que eles voltem a escolher pelo meio acadêmico e assim, o nível do basquete universitário americano se tornará mais forte.

Além disso, para ele, outro fator que corrobora sua decisão de apoiar essas novas leis é que diversos estudantes-atletas que não se tornarão profissionais poderão ser remunerados enquanto estiverem na universidade.

Segundo Rodolfo, as universidades se adaptarão pagando mais dinheiro de *Scholarship Money* para os atletas, que é a bolsa que os atletas ganham para pagar apartamento, comida etc. Entretanto, ele menciona algumas restrições impostas pelas universidades no que tange à monetização da imagem dos estudantes-atletas: atletas universitários não podem postar no Instagram nada que possa remeter a faculdade. É somente a imagem do esportista. Além disso, quando o atleta receber uma oferta, tal oferta estende-se a esse atleta somente. O atleta não pode convidar outros colegas de time para participar da promoção e tampouco repassar dinheiro para tais colegas.

Para ele, a publicidade vai acontecer naturalmente. Ele cita o exemplo de marcas de roupa. No futuro será igual ao profissional. Caso o estudante-atleta tenha um contrato com a Nike usará todo aparato esportivo da marca. Caso não tenha nenhum contrato com fornecedora de material esportivo, o atleta usará o material o qual a universidade é patrocinada.

No meio dos estudantes-atletas, Rodolfo alega que não viu ninguém sendo contra essas novas leis, mas que constantemente são lembrados pelos técnicos para “manter o pé no chão e não deixar subir à cabeça”. De acordo com sua percepção, a direção das universidades tem um maior nível de rejeição às novas leis.

Em sua opinião, uma mudança muito disruptiva no modelo de negócios é que os esportes universitários nos EUA serão iguais ao futebol profissional - uma faculdade sem nenhuma relevância ou tradição em esportes, poderá captar todos os melhores atletas, tornando-se uma potência.

Vão jogar com o nome que fica atrás, e não na frente. Um exemplo é a Duke University, mundialmente conhecida pela sua tradição nos esportes. Hoje, os atletas vão para Duke devido à tradição da universidade no jogo e jogam pelo peso da camisa. Para o futuro, isso não ocorrerá mais. O atleta jogará com o nome de trás, que é teu nome.

4.2. Entrevista com Daniel, Diretor operações NBA, ex-estudante-atleta.

Daniel é brasileiro e atualmente seu cargo profissional é de Diretor de Operações LATAM da *National Basketball League (NBA)*, a liga mais relevante de basquete do mundo. Ele jogou basquete universitário em *George Washington University*, um programa de Division I da NCAA. Depois, atuou como atleta profissional de basquete no Brasil e na Europa por 10 anos, antes de entrar na NBA.

Ele não conhecia o artigo 12 do manual da division I da NCAA, mas está familiarizado com as novas leis que estão sendo aprovadas nos EUA em prol dos estudantes-atletas. Em sua opinião, as mudanças que estão ocorrendo são legítimas e ele concorda que os estudantes-atletas devam ser liberados de monetizar de alguma forma.

Os atletas ajudam a gerar receitas gigantescas para as universidades. Logo, os atletas monetizarem é sim um caminho para compensação de todo esforço que eles colocam pelas universidades. Mas não sei se esse é o melhor caminho, pois entendo que a disparidade entre as faculdades vai crescer. Os atletas de faculdades maiores terão maior visibilidade nesse novo mercado.

Ele tem a ideia de que as universidades de maior tradição levarão vantagem na hora de recrutar os atletas já que apresentarão contas com números sobre venda de camisas, bilheteria e direitos de transmissão.

Essas universidades já levam vantagem, levarão mais vantagem ainda para recrutar os melhores atletas e a disparidade das competições tende só a aumentar.

Em sua opinião, vai demorar até que grandes marcas comecem a investir nos estudantes-atletas. As leis ainda não são 100% claras sobre o que está liberado e o que não está liberado. Ele enxerga marcas menores/locais se associando aos atletas de faculdades relevantes naquela região.

Nas suas palavras:

Acho que essas novas leis beneficiarão um grupo seleto de atletas. Poucos atletas são dignos disso e valem o esforço das grandes marcas. Vejo mais uma sinergia entre marcas locais e atletas com influência naquela região.

Daniel responde enfaticamente que teria se beneficiado dessas novas regras caso estivessem vigentes em sua época como jogador universitário nos EUA. Ele diz:

Com certeza. É difícil jogar para 20.000 pessoas, com técnico ganhando muito dinheiro e atletas limitados a somente as bolsas de estudo. Muitos atletas não conseguem ir ao cinema, comprar algo ou sair da rotina, enquanto os técnicos ganham milhões, há vendas de bilheteria e os atletas estão contando dinheiro para coisas pequenas.

Com a possibilidade de monetização, ele acha que os estudantes-atletas vão se sentir mais motivados, pois é um reconhecimento imediato. Os atletas, enquanto estudantes universitários, tendem a não enxergar o valor das bolsas de estudo, e por vezes, isso desanima os atletas a desempenharem sua melhor versão. Envolvendo dinheiro, ele enxerga uma mudança da atitude dos atletas

para com o esporte e suas universidades. Apesar disso, Daniel diz que poucas mudanças ocorrerão no geral, já que atletas de basquete só tem a exigência de esperar um ano para entrarem na liga depois de se formar. Ele acha que mudanças mais disruptivas ocorreriam caso esses atletas fossem obrigados a esperar no mínimo dois anos para serem *draftados*⁴ por times da NBA.

4.3. Entrevista com Lazar, atleta profissional, ex-estudante-atleta.

Lazar nasceu em Montenegro e atualmente é jogador de polo aquático profissional do Montpellier, na França. Ele foi estudante-atleta da Universidade da Califórnia - Berkeley de polo aquático.

Na UC–Berkeley ele ficou três anos jogando e depois virou técnico assistente por mais um ano e meio. Assim sendo, ele viu os dois lados da moeda: jogou como atleta e deu instruções como técnico.

Lazar não conhecia o artigo 12 da NCAA, mas sabe do movimento das mudanças de lei que vem ocorrendo nos EUA. Ele enxerga um lado positivo e um lado negativo nessas mudanças que vem ocorrendo. Em sua opinião, os atletas irão aumentar seus desempenhos para ganharem maior visibilidade. Por outro lado, ele acha que os estudantes-atletas focarão menos no lado acadêmico, pois se os mesmos atletas tiverem chance de receber patrocínios e serem pagos, isso fará com que foquem mais no esporte. Entretanto, a maioria dos atletas não se tornará profissional e precisarão do diploma para seguir uma carreira para além dos esportes.

Quanto às universidades, ele tem certeza de que irão sempre interferir na vida dos atletas. Como ele já foi técnico, ele participava das reuniões de *compliance* e tem certeza de que as faculdades criarão departamentos somente para cuidar das implicações e desdobramentos das novas leis. Segundo ele:

Essas pessoas terão que controlar o que pode e o que não pode ser feito. Muita papelada e burocracia para os atletas ganharem patrocínios

⁴ O termo *draftado* faz alusão ao Draft, processo pelo qual todos os estudantes-atletas das universidades americanas passam para serem recrutados por times profissionais das ligas dos esportes nos EUA, como basquete, futebol americano, baseball, futebol, hockey de gelo, entre outros.

Ele acha que possíveis patrocinadores irão monitorar de perto os estudantes-atletas, mas vão escolher com muita precisão. Ele deu o exemplo de um jogador de basquete na UC – Berkeley:

Se você joga basquete em Berkeley, você é patrocinado pela Under Armour. Pois é a empresa que patrocina todo o departamento esportivo da universidade. A Adidas vem e quer te patrocinar. Na minha opinião, a faculdade não vai liberar que você use roupas da Adidas. As leis têm que ser muito bem compreendidas para viabilizar negócios nesse meio.

Lazar acha que é um bom movimento para diversas marcas que querem explorar nichos de mercado composto pelas gerações mais novas. Além disso, acha que muitas empresas irão criar linhas de produto para esse público mais novo.

Em sua opinião, os atletas de basquete e futebol americano estão muito animados com as novas regras que estão entrando em vigor, porém não enxerga esse entusiasmo nos atletas de outros esportes. Segundo ele:

Mas e os esportes menores? Não sei se eles estão muito animados, como por exemplo lacrosse ou polo aquático. Não acho que haverá grande mudança para esses esportes menores, mas sim no basquete e no futebol americano.

Lazar diz que se pudesse ter recebido dinheiro, teria sido bom para ele, pois teria se motivado mais como atleta, para colocar mais esforço no campo. Além disso, ele estava com orçamento apertado nos anos de faculdade, portanto, qualquer dinheiro extra o ajudaria no dia a dia. Ele resume dizendo que teria ajudado ele nos seus custos de alimentação e moradia e ele teria uma justificativa a mais para se motivar no seu esporte.

Na sua opinião, não enxerga com bons olhos as mudanças na legislação que vem ocorrendo. Segundo ele:

Os patrocinadores podem influenciar na hora dos drafts a decisão dos atletas. Podem influenciar a escolha do time que esses atletas irão. se você é patrocinado por uma grande empresa, no final do dia pode acontecer deles falarem que é melhor para a gente que você vá para o time X. Os estudantes-atletas farão pacto com o diabo.

4.4. Entrevista com Scott, técnico-assistente e ex estudante-atleta.

Scott é ex-atleta de futebol da *Binghamton University*, um programa de primeira divisão da NCAA. Depois de quatro anos como estudante-atleta, ficou mais um ano como técnico assiste voluntário. Depois foi técnico de ensino médio

de uma escola no Estado de Nova Iorque e há três anos é técnico assistente na *State University of New York at New Paltz*, um programa de terceira divisão da NCAA.

Scott não conhecia o artigo 12 do manual da primeira divisão da NCAA, mas está ciente das leis e projetos de lei que vem sendo aprovadas nos EUA sobre a questão de monetização dos estudantes-atletas.

Na opinião dele, a NCAA tem sido muito rigorosa desde sempre sobre o que os atletas estão fazendo nos seus tempos livres, ou no quesito de monetizar suas imagens e tudo mais. Ele acha que os atletas deveriam poder construir negócios a partir de suas imagens e empreender nesse ramo. Segundo ele:

Há mais de 100 anos a NCAA está fazendo muito dinheiro dos estudantes-atletas e não dão retorno financeiro nenhum para essas pessoas as quais eles estão constantemente usando para fazer bilhões de dólares.

Para Scott, a reação das faculdades será diferente de acordo com a origem de suas receitas. Para ele, as universidades públicas e universidades católicas reagirão de forma mais rigorosa, enquanto as universidades particulares provavelmente seguirão na outra direção. Para ele, as universidades públicas tomarão uma posição mais rigorosa já que suas receitas são provenientes de recolhimento de impostos. Todo seu corpo docente e diretoria provém de indicações políticas. Logo, imagina que tais faculdades dirão o que seus alunos podem ou não podem fazer no que tange a monetização.

Já as universidades particulares vão oferecer programas de desenvolvimento de negócios e empreendedorismo para seus alunos a fim de tomarem caminhos prósperos na captação de recursos financeiros enquanto estudantes-atletas. E de acordo com ele, essa diferença acarretará um forte impacto na decisão dos alunos de qual tipo de faculdade escolher. Segundo ele:

Se eu tenho uma escolha entre duas faculdades, uma sendo super rigorosa quanto às minhas escolhas e outra me ajudando a desenvolver habilidades oferecendo aulas sobre monetização da minha imagem, irei escolher a segunda opção.

Quanto às grandes marcas do setor esportivo, ele não acha que investirão muito dinheiro nos estudantes-atletas já que universitários e alunos de ensino médio são seus principais consumidores. Para ele, não faz muito sentido para essas marcas fecharem patrocínios com seus principais consumidores.

Em sua opinião, serão as marcas de médio e pequeno porte que serão afetadas. Ele diz:

Na minha opinião, Nike e Adidas já tem forte marketshare e por isso não precisam focar tanto em impactar esse público. Por que dar dinheiro para esses atletas se são eles que compram e consomem sua marca?

Para ele, um grande diferencial será a influência das redes sociais nesse ecossistema. Atualmente, uma grande quantidade de pessoas falando sobre uma marca específica nas redes cria um engajamento e senso de urgência das pessoas para ter aquele produto. Logo, segundo Scott, marcas de médio porte irão focar muito em diferentes esportes, como tênis, vôlei, futebol entre outros esportes com menor expressão, já que será um formato de angariar cada vez mais novos públicos-alvo.

Scott alega que em sua época de faculdade, era tudo muito rigoroso quanto a legislação e os atletas não podiam fazer nada sem antes consultar os técnicos. Ele deu o exemplo de algumas personalidades dos esportes americanos que foram estudantes-atletas na mesma época que ele foi, como Reggie Bush e Vince Young. Segundo ele:

A gente já sabia do potencial desses rapazes. Eles poderiam ter feito muito dinheiro na sua época na universidade. A NCAA não deveria ter voz sobre isso. Alguém tão talentoso como o Reggie Bush deveria poder fazer milhões de dólares na faculdade.

Ele espera ver, no futuro, o dinheiro sendo melhor distribuído dentro do ecossistema como um todo. Scott acha que a NCAA seguirá fazendo milhões de dólares com direito televisivos, as universidades seguirão faturando com bilheterias, mas acha que agora, os atletas vão morder uma fatia desse bolo, principalmente com os patrocínios e com negociações que fizerem com as suas respectivas universidades. Por exemplo, um estudante-atleta da Universidade de Duke, irá negociar com a diretoria da faculdade sobre ganhar percentual sobre o faturamento de venda de camisas.

Assim sendo, ele vê as universidades tradicionais e competitivas nos esportes ficando ainda mais fortes, por terem maior poder de barganha para convencer os atletas com valores financeiros bem atrativos.

4.5 Entrevista com Kyle, técnico principal e ex-estudante-atleta

Kyle é técnico principal de futebol da Universidade de Nova Iorque – New Paltz, um programa DIII (divisão 3). Ele jogou quatro anos na Dominican College, um programa DII (divisão 2). Kyle se formou em 2006 e imediatamente se tornou técnico-assistente em New Paltz por três anos. Depois disso se aplicou para uma vaga na Sage College, onde ficou por seis anos e meio. Depois voltou para

New Paltz, ocupando a cadeira de técnico principal há três anos. Sua relação com o esporte universitário americano já dura quase vinte anos.

Ele não conhecia o artigo 12 do manual da primeira divisão da NCAA. Entretanto, ele está ciente de todo movimento que vem ocorrendo no esporte universitário americano. Mencionou o caso de duas meninas gêmeas que assinaram um contrato de um milhão de dólares com as mudanças de legislação, além de outro caso de um estudante-atleta que joga basquete e ganhou um milhão de dólares. Em sua opinião, esses contratos vão acontecer muito na primeira divisão, dentro dos esportes que são considerados de ponta nos EUA.

Kyle não vê essas mudanças alcançarem a divisão 3 nesse momento. Ele diz:

Esses jogos de primeira divisão são nacionalmente televisionados. Aqui não temos essa audiência e tampouco alcance. Talvez daqui há cinco anos nossos atletas comecem a entrar nessa dinâmica. Por enquanto, não enxergo essa mudança. Ninguém do nosso time tem essa base de seguidores e alcance.

Kyle diz que ama o lado amador do esporte universitário americano e o fato de que as coisas não são baseadas em dinheiro. Ele tem receio do que o dinheiro pode fazer com os estudantes.

Amo o fato de que os alunos ganham bolsas para estudar e seguir uma vida acadêmica. Quase nenhum atleta, por exemplo, quando vai jogar futebol profissional nos EUA, vai jogar MLS e quando você ganha um contrato de calouro, vai morar em uma casa com mais cinco caras e quase não tem dinheiro para comprar um carro. Já se você joga futebol americano na Universidade de Alabama, esses atletas vão ganhar milhões de dólares, a história lá é outra.

Em sua opinião, esses atletas que estão fora da curva merecem ganhar dinheiro por tudo que eles colocam dentro do esporte universitário. Mesmo assim, Kyle ainda acha que vai criar uma disparidade ainda maior do que já existe atualmente. Segundo ele, vai se tornar muito difícil ganhar de faculdades como a Universidade de Alabama, que já tem forte tradição nos esportes universitário e possuem um grupo de ex-alunos financiando as atividades. No alto nível, nos principais esportes de divisão 1, vai criar menos paridade. Porém, ele não vê isso alcançando a divisão 3. Kyle diz:

Não falei com nenhum técnico nível DIII que ache que isso vai afetar a dinâmica dos esportes universitários na nossa divisão no curto prazo. Não tem muita oportunidade para que as empresas pequenas patrocinem jogadores da nossa divisão. Caso isso venha a acontecer nesse momento,

será porque esses atletas estão com milhares de seguidores nas suas redes sociais como TikTok e Instagram.

O forte impacto para ele será que cada vez mais os estudantes-atletas tentarão entrar em faculdades onde existe maior exposição. Segundo ele, os esportistas terão mais oportunidade indo para as *power conferences*.⁵ Daqui para frente, ele vê os estudantes aceitando bolsas de estudo menores para estarem em uma faculdade onde tenham grande exposição e que eles possam se tornar milionários através de grandes contratos devido a essa enorme visibilidade dentro dessas universidades.

Kyle concorda que esse dinheiro pode mudar vidas para alguém que por exemplo tenha oportunidade de usufruir de um possível patrocínio e não pode se beneficiar da ajuda alheia para pagar sua moradia, alimentação, material escolar e lazer nas horas vagas. Ele ressalta:

A rotina é cansativa demais. Os atletas treinam quase em um nível profissional, além disso, tem que estudar para manter as notas boas, a fim de que a faculdade não tire sua bolsa escolar e diversas pessoas ainda trabalham para pagar suas contas. Ou seja, é um trabalho em tempo integral. Além disso, estamos falando de jovens adultos, que querem ter vidas sociais. Como você concilia tudo isso? É obvio que ganhar um dinheiro facilitaria muito essa jornada.

Além da diminuição na paridade nos esportes universitários, Kyle vê essa mudança como negativa no ponto de vista da educação dos estudantes-atletas. Ele entende que ganhar dinheiro possa fazer com que os alunos foquem menos na educação, deixem de lado a vida acadêmica e se dediquem somente no esporte com objetivo de ganhar dinheiro. O problema disso, segundo ele, é que a porcentagem de atletas se tornando profissionais é muito baixa, e assim, a maioria dos estudantes-atletas necessitará do diploma para seguir com suas vidas.

4.6 Entrevista com Antônio, estudante-atleta

Antônio atualmente é estudante-atleta de futebol na *Limestone College*, um programa de segunda divisão situado em *Gafney*, Carolina do sul. É seu quarto ano morando nos EUA e estudando nessa universidade e terceiro ano jogando.

⁵ As *power conferences* são as conferências mais competitivas dentro dos esportes universitários nos EUA. Alguns exemplos são: SEC, BIG TEN, BIG 12, PAC-12.

Ele não conhecia o artigo 12 da NCAA mas está ciente das mudanças de lei que vem ocorrendo nos Estados Unidos e inclusive, agora em agosto, quando chegou em *Gafney* para iniciar a pré-temporada, pela primeira vez desde que sua trajetória com o esporte universitário americano começou, teve que assinar um documento para autorizar a faculdade a monetizar sua imagem.

Em sua opinião, já que as organizações fazem tanto dinheiro em cima dos estudantes-atletas, ele não vê problema no fato desses atletas melhorarem suas vidas a partir desse dinheiro. Segundo Antônio:

No futebol, a visibilidade ainda é pequena, mas no futebol americano e no basquete, os estádios sempre lotam, com mais de 100 mil pessoas. Agora faz a conta: 60 dólares cada ingresso x 80.000 pessoas, sem falar dos patrocínios que recebem e o que a ESPN ganha. Tenho um amigo na faculdade que é grande fã de futebol americano universitário. Ele e sua família inclusive preferem assistir jogos de futebol americano e basquete universitário do que jogos profissionais. Então, se nem os jogadores pros conseguem captar audiência em certas regiões como os atletas universitários, os universitários têm mesmo é que ganhar dinheiro com seus talentos esportivos.

Ele, pessoalmente, não tem explorado muito a fundo o tema porque não o afeta diretamente pelo menos no curto prazo, entretanto enxerga muita mudança na cultura de como as universidades vão tratar os atletas:

Hoje somos tratados como funcionários, mas cada vez mais, as universidades vão perceber a nossa importância dentro desse ecossistema, e darão mais valor do que dão hoje em dia. Somos nós a engrenagem e com mais dinheiro na mesa, as faculdades deixaram de nos tratar como funcionários e começarão a nos tratar como sócios.

Para os patrocinadores, ele enxerga que esse mercado é muito potencial e que elas irão explorá-lo como se fosse uma mina de ouro. Como exemplo, ele diz:

Tenho um amigo alemão que passa o domingo inteiro assistindo futebol americano universitário, e está com uma viagem marcada para Los Angeles para assistir um jogo da faculdade que ele torce. As marcas sabem do tamanho do futebol americano e do basquete universitário e por isso tenho certeza de que voarão para cima dos atletas.

Um forte impacto que ele enxerga será que os atletas terão mais incentivo. Podendo captar patrocínios e terem parcerias com marcas, eles começarão a visualizar os esportes como suas profissões, aumentando assim a sua dedicação. Além disso, Antônio acha que as mudanças irão elevar o nível, pela quantidade de pessoas querendo se envolver e explorar as oportunidades que estão na mesa. Entretanto, ele não enxerga essas mudanças acontecendo no lacrosse, no tênis, no atletismo. Somente se o atleta for muito fora da curva e

tiver muita exposição. Para ele, um esporte que pode crescer fortemente é o futebol feminino, pois já é um esporte valorizado nos EUA, e que pode vir a crescer ainda mais com as possibilidades criadas a partir das novas leis.

Como maiores impactos, ele diz:

Com todo o dinheiro que vai ser posto na mesa, acho que a competitividade nos esportes vai aumentar, o número de apostas vai aumentar, a cobrança em cima dos estudantes-atletas vai aumentar muito também e os atletas que já são tratados como celebridades, vão aumentar seus raios de influência e impacto mundo afora

4.7 Entrevista com Davi, estudante-atleta

Davi está nos EUA há cinco anos, e começou em uma *junior college*⁶ passando todo primeiro semestre aprendendo inglês. Ele tinha o sonho de chegar em um programa de primeira divisão. Por conta de nota, ele teve que jogar dois anos no *junior college*, antes de poder ser elegível para DI. Agora, ele joga futebol na *Eastern Illinois University* que fica em *Charleston*, Illinois.

O entrevistado não conhecia o artigo 12 da NCAA, mas já destacou que não concorda com as regras de NCAA sobre monetização dos atletas, principalmente para esportes como basquete, futebol americano e baseball. Davi usa o exemplo da Universidade de Illinois, distante 40 minutos da cidade onde mora. Quando se chega nessa cidade, tem um outdoor gigantesco dos jogadores de basquete. Não tem como tratar esses atletas como amadores. Segundo ele:

A NCAA explora até não poder mais a imagem dos atletas, provavelmente fazendo muito dinheiro e os atletas não terem direito de receber nada não faz sentido. Basquete de D1 e futebol americano não pode ser considerado amador, os estudantes são quase profissionais.

Quanto às mudanças que as novas leis vão acarretar, ele acha que vai dar mais força para os esportes em geral, não somente para os mais tops. Ele vê grande chance de o futebol engrenar de vez nos EUA.

Atletas do Brasil, México, África e outros países que sonham em ser jogador, se conseguirem chegar nas universidades americanas com patrocínio os bancando, vai ser muito mais

⁶ Junior college são instituições de ensino superior que somente oferecem cursos de 2 anos.

atrativo para o futebol universitário e muitos atletas vão querer jogar aqui. Acredito que o soccer vai ter muita condição de crescer, dinheiro dos atletas vai melhorar muito a condição dos esportes.

Para os patrocinadores, ele enxerga diversas oportunidades, não falando somente dos esportes mais conhecidos, como o basquete e o futebol americano. Ele ressalta que há diversos atletas olímpicos nas faculdades. Por exemplo, ele ressalta uma das vencedoras de ginástica olímpica nas Olimpíadas de Tóquio, que era estudante universitária. Para ele, isso é um ativo supervalioso que deve ser explorado pelas marcas.

Uma questão que ele levanta em relação a isso é sobre os acordos comerciais entre os patrocínios e as universidades. Ele diz:

“A Adidas já tem contrato com a minha faculdade. No futebol, por exemplo, os técnicos nem se importam se eu usar chuteira de outra marca. Já no futebol americano e basquete eles se importam com isso. Se o atleta tiver patrocínio da Nike, ele vai chegar e usar Nike? Como vai ser isso?”

Davi cita o fato de que já há alguns estudantes-atleta do time dele que tem patrocínio, principalmente com marca de roupa, e imagina o tamanho desse mercado. Segundo ele:

“Se atletas de futebol da minha faculdade já estão captando, imagina com os atletas das faculdades grandes? Devem estar sendo muito assediados.”

Para ele, a principal mudança que ocorrerá com as novas leis de monetização e que podem impactar fortemente a estrutura do esporte universitário americano se dão com o fato de que cada vez mais, pessoas de baixa renda de fora dos EUA poderão estudar e jogar lá:

Atletas de baixa renda que não podem pagar 80 mil dólares por ano podem ganhar uma bolsa de 80% e com um patrocínio, pagam a faculdade. Se ele já tem 100% de bolsa, o patrocínio gera qualidade de vida para ele. Com o dinheiro na mesa, o nível do futebol vai aumentar, pela possibilidade de os melhores atletas estarem aqui.

Fora isso, segundo ele, tem muito atleta que tem que trabalhar para se sustentar na faculdade, e em sua opinião, isso atrapalha o rendimento dos atletas.

Tem gente que fica a manhã inteira em pé trabalhando, e isso é um desgaste físico pois ela não descansa e depois tem que treinar e dar tudo de si nos treinos. Com dinheiro entrando na conta, talvez os atletas não precisassem mais trabalhar e focar

somente na parte atlética, sem preocupações de pagar contas com trabalho e por aí vai.

5 Discussões e propostas

Após recolher diversos dados secundários sobre o ecossistema do esporte universitário americano, mapear as principais fontes de receita dos esportes e identificar o quão o sistema se beneficia dos estudantes-atletas, apesar de até pouquíssimo tempo atrás não os incluírem na equação dos dividendos, as entrevistas foram de extrema importância para nortear discussões e propostas que serão realizadas acerca desse modelo de negócios.

De acordo com a análise realizada, são quatro os grandes *stakeholders* desta indústria: os estudantes-atletas, as universidades, as marcas patrocinadoras e os conglomerados de mídia de transmissão de jogos. Entretanto, as discussões propostas envolverão três dos quatro principais stakeholders desse mercado: os estudantes-atletas, as universidades e as marcas patrocinadoras. Os conglomerados não serão abordados nesta análise porque entende-se que nesse primeiro momento, os impactos das leis de monetização dos estudantes-atletas não terão impactos disruptivos para seus modelos de negócio, como acontece com os outros stakeholders.

5.1. Os estudantes-atletas

Há uma percepção comum entre os entrevistados, de que, somente uma parte seleta dos estudantes-atletas será fortemente impactada pelas mudanças de legislação que vem ocorrendo. São atletas de basquete e futebol americano, dois dos esportes mais populares nos Estados Unidos. Essa percepção de fato faz sentido, pois esses são os esportes que tem abrangência nacional e que impactam todo território americano, movimentando milhares de fãs em todos os jogos e sendo transmitidos não só nos EUA, mas como em diversos outros países.

Conforme dados levantados na pesquisa secundária, os fãs de futebol americano sempre lotam os estádios. Segundo Capelo (2014), na temporada de 2013, o futebol americano universitário levou ao estádio um total de 50 milhões de torcedores aos jogos, com uma média de público de 45.671 torcedores. Não só o futebol americano tem esse impacto nacional, mas como o basquete

também tem comprovado por Clarey (2011), a final do campeonato universitário de basquete de 2010 foi televisionado para 178 países.

Logo, esses dados corroboram com a opinião dos entrevistados quando argumentam que os atletas que de fato poderão ter suas vidas fortemente impactadas pelas mudanças legislativas nas questões de monetização são os das modalidades mais populares.

Atletas de atletismo, natação, lacrosse, futebol, polo aquático entre outros esportes provavelmente terão que despontar de uma forma muito única para atrair atenção nacional e se tornarem capazes de captarem acordos milionários. Possivelmente serão atletas olímpicos ou atletas com grande influência nas redes sociais, tópico esse que será abordado junto à temática das marcas patrocinadoras.

Outro forte impacto para os estudantes-atletas se refere à habilidade de conseguirem equilibrar a balança dos estudos com a dos esportes. A maioria dos entrevistados enxerga que com a possibilidade de ganharem milhares de dólares e se tornarem ricos ainda na universidade, isso pode significar que os atletas foquem cada vez mais nas suas habilidades esportivas e diminuam nessa mesma proporção o foco no lado acadêmico.

A tendência é que os atletas passem mais horas na academia dedicando-se para terem o corpo mais saudável possível para suas competições. Estarão cada vez mais se preparando para ter menos lesões, passarão mais tempo em campo ou em quadra aprimorando a parte técnica, além de estudarem mais os adversários e as táticas de jogo, com o objetivo de se tornarem os melhores atletas e terem a chance de fazerem o primeiro milhão ainda na universidade.

O grande problema disso é que todo esse empenho atlético demanda muito tempo, que acarretará uma óbvia diminuição de dedicação aos estudos, o que deve atrapalhar o rendimento acadêmico dos atletas, que é de crucial importância para obtenção de diploma. E conforme analisado por Smith (2021), a NCAA declara que somente 2% dos estudantes-atletas de futebol americano se tornarão profissionais, enquanto apenas 1% dos estudantes-atletas de basquete seguirão o rumo pró, o que significa que no longo prazo, terão que seguir carreiras convencionais e que demandam nível de escolaridade e diplomas.

Assim sendo, por um lado, as possibilidades de monetização dos estudantes-atletas cria um ambiente no qual há maiores possibilidades de ganhos expressivos, o que é amplamente favorável para grande parte dos atletas. Conforme Smith (2021), um em quatro estudantes-atletas já passaram por experiências de insegurança alimentar, e isso provavelmente acabará. Pelo

outro lado, é de extrema importância que esses mesmos estudantes-atletas finalizem seus cursos, a fim de terem a possibilidade de seguir uma carreira pós formatura que garantirá retornos ao longo prazo.

5.2. As Universidades

No que tange às universidades, os entrevistados enxergam que podem reagir de formas distintas para as mudanças nas legislações. Primeiramente, as faculdades provavelmente criarão departamentos específicos para cuidar de patrocínios e direitos de imagens dos seus jogadores, aumentarão suas equipes de *compliance* contratando mais advogados a fim de se respaldarem e estarem protegidos perante a lei. Essa é a premissa básica para adaptação ao novo sistema.

Com isso dito, é importante analisar uma provável diferença entre as universidades, no que diz respeito aos atletas, fato que foi levantado por um dos entrevistados. Segundo o entrevistado Scott (item 4.4), a reação das faculdades deverá ser diferente de acordo com a origem de suas receitas.

As universidades públicas, por terem suas fontes de receita originadas através de recolhimento de impostos e seu corpo docente proveniente de indicações públicas, reagirão de forma mais rigorosa e manterão um controle mais próximo dos estudantes-atletas. Nessa mesma tônica, reagirão as universidades particulares de cunho religioso, que dado o *background* mais conservador, também estarão mais próximas das ações dos seus alunos. Já as universidades particulares, por terem suas fontes de receita provenientes de mensalidades/anuidades dos seus alunos e de doações de *alumni*⁷, provavelmente pensarão e focarão mais no estudante-atleta, oferecendo aulas de empreendedorismo, de como gerir redes sociais e programas de desenvolvimento de negócios, a fim de que seus alunos se beneficiem dessas novas leis e captem recursos financeiros a partir delas.

É de se esperar que a reação de cada faculdade tenha grande impacto no perfil de aluno que aplicará para cada faculdade. Cada vez mais, os estudantes-atletas irão escolher universidades que estejam alinhadas com seus respectivos perfis. Logo, caso seja uma pessoa mais conservadora, com pouca ambição de captar patrocínios ou negócios durante os anos universitários, este buscará universidades que compartilhem dessa mentalidade, dessa cultura. Ao

⁷ Grupo de ex-alunos graduados de uma universidade.

mesmo tempo em que estudantes-atletas com perfis mais arrojados, liberais e que buscam por patrocinadores e possibilidades de monetização, provavelmente se aplicarão para as universidades que apoiem e compartilhem dessa cultura.

Outro grande impacto que as mudanças na legislação tendem a originar é a disparidade do nível esportivo. É um consenso entre os entrevistados que com o dinheiro na mesa, haverá menos paridade entre as universidades, e isso ocorrerá porque menos faculdades concentrarão os melhores atletas.

Para os entrevistados, há dois possibilidades dessa desproporção acontecer. O primeiro onde eles pensam que as faculdades com tradição nos esportes terão maior poder de barganha para recrutar novos atletas, tornando quase impossível para as universidades menores oferecerem qualquer benefício para tais atletas a ponto de os convencerem a se juntar à organização. É o exemplo da Universidade do Alabama, que provavelmente terá diversos formatos de convencer *prospects* a optarem pela organização, como através de receitas de venda de camisa, comissão de vendas de bilheteria para os jogos, percentual dos direitos televisivos, entre outros incentivos. Essas organizações já faturam milhares de dólares ao ano. Por que não compartilhar uma fatia com o atleta que fará com que essas faculdades sigam na ponta e competindo anualmente por títulos?

Outro formato mencionado nas entrevistas, esse bem mais disruptivo, pensa na perspectiva de universidades menores, sem tradição. Por vezes, essas universidades podem não ter a tradição nos esportes, mas possuem muito dinheiro e investem atualmente em pesquisa, e outras áreas do saber. Com a liberação da monetização dos atletas, tais universidades podem enxergar uma oportunidade de finalmente dominarem os esportes-universitários a partir da contratação dos melhores *prospects* disponíveis no mercado. Tal linha de raciocínio se assemelha ao que foi feito em grandes clubes de futebol da atualidade, como o PSG, o Chelsea e o Manchester City. Tais clubes eram inexpressivos e com pouquíssima tradição há trinta anos e hoje são potências dado a grande quantia investida na contratação dos melhores jogadores de futebol no mercado.

5.3. As Marcas e Patrocinadores

Atualmente, conforme relatado por alguns entrevistados, as grandes marcas já possuem parcerias e contratos de fornecimento de material esportivo

com as universidades americanas. É o caso da Universidade da Califórnia – Berkeley, onde todo o departamento atlético é patrocinado pela Under Armour. O mesmo ocorre com a Eastern Illinois University, que tem o seu departamento atlético patrocinado pela Adidas. Isso mostra que de fato as grandes marcas esportivas já estão atreladas às universidades americanas.

Por isso, é pouco provável que essas marcas disputem esse novo nicho de mercado que está se formando de forma muito incisiva. O que pode ocorrer é que essas marcas vão estudar e mapear os atletas de ponta, para sim, com eles, fechar contratos de parceria e patrocínios. Com exceção desses esportistas, pelo menos no curto prazo, a movimentação dessas marcas gigantes nesse mercado se restringirá a isso.

Em paralelo, o que se espera é uma grande movimentação das marcas de médio porte e que atualmente buscam aumentar suas presenças no mercado. Estas irão criar mecanismos para se inserir fortemente nesse novo mercado que se origina, atrelando-se aos atletas universitários para aumentar sua exposição e criar mais zonas de contato com o público jovem. Para tal, buscarão atletas que correspondam com as seguintes características: abrangência nacional, abrangência regional, número de seguidores nas redes sociais, engajamento nas redes sociais, impacto na comunidade local, conduta desportiva, modelo de liderança e exemplo para os mais novos.

Essas são as características que tais marcas mapearão e focarão para investir tempo, dinheiro e energia nesses jovens atletas. Atualmente, não há como não associar o sucesso de uma campanha publicitária com as redes sociais, por isso é fundamental que esses atletas possuam uma base de seguidores consolidada e engajada com seus conteúdos. Esses esportistas provavelmente terão algum nível de abrangência nacional, caso suas universidades disputem conferências que sejam transmitidas nacionalmente via ESPN e outros canais de televisão. Caso esses atletas não tenham abrangência nacional, para essas marcas de médio porte, a abrangência regional é suficiente para disseminação de suas campanhas e impacto no público que comprará seus produtos. E por último, porém não menos importante, como a pauta engloba jovens esportistas universitários, é importante medir seus impactos e influência na comunidade local, pois eles são um retrato e influenciam a vida de pessoas mais jovens que acompanham suas trajetórias. As marcas não vão se associar com estudantes-atletas que não sejam exemplo em suas comunidades, que saem em noticiários de jornal por alguma conduta ilegal ou devido algum problema junto aos seus treinadores e companheiros de equipe.

5.4. Oportunidades no novo modelo de negócios para o esporte universitário

A Figura 1 ilustra os stakeholders que serão impactados pelas novas leis de monetização. Os possíveis principais impactos em cada um dos grupos estão destacados a seguir.



Figura1: Impacto das novas leis de monetização nos *stakeholders*

Fonte: Elaborada pelo autor

Principais impactos na perspectiva dos estudantes-atletas:

- Maiores oportunidades de monetização serão para os atletas de futebol americano e basquete da divisão 1, pois são os esportes com alcance nacional. Para além dessas modalidades, as oportunidades deverão

surgir para atletas que se destacam de forma expressiva em suas competições, como atletas olímpicos.

- Atletas que não necessariamente são destaque devido ao desempenho esportivo, mas possuem grande presença nas redes sociais e alto engajamento poderão ter grandes possibilidades de monetização.
- Os estudantes-atletas possivelmente vão focar mais no lado esportivo e menos no lado acadêmico, com o objetivo de cada vez mais competirem em alto nível e aumentarem suas chances de monetização e captação de patrocínios. O lado acadêmico poderá se deteriorar e os atletas tentarão ganhar seu primeiro milhão ainda na universidade.

Principais impactos na perspectiva das universidades:

- A disparidade no nível das competições tenderá a aumentar posto que as universidades poderão usar diversas metodologias para convencer os melhores estudantes-atletas a estudarem naquela instituição. A tendência é que as universidades já tradicionais nos esportes universitários tenham mais facilidade para recrutar os melhores *prospects*, já que poderão oferecer porcentagem nas bilheterias dos jogos, comissão nas vendas das camisas do time, entre outros benefícios financeiros. Assim, com essas reais possibilidades de monetização, provavelmente tais faculdades dispararão no nível de performance atlética em detrimento das demais.
- A reação das universidades públicas e universidades particulares de cunho religioso tenderá a ser mais rígido para com os estudantes-atletas. Isso tende a acontecer, pois, as universidades-públicas nos EUA tem suas receitas geradas através de recolhimento de impostos, portanto tendem a controlar mais os estudantes, visto que precisam prestar contas ao contribuinte. Já as universidades particulares de cunho religioso naturalmente são locais de ensino mais conservador e mais avessos às mudanças e novidades.
- As universidades particulares no geral provavelmente vão manter menos controle sob seus estudantes-atletas em relação à monetização e, provavelmente, irão criar cursos de empreendedorismo e aulas de gerenciamento de redes sociais para aumentar a chance dos seus estudantes monetizarem suas imagens.

- Tais mudanças devem ter como consequência uma readequação do perfil dos alunos que se aplicarão para cada universidade, visto que os alunos buscarão as universidades que tenham maior sinergia com seu perfil.

Principais impactos na perspectiva das marcas e patrocinadores:

- Grandes marcas como Nike e Adidas já possuem contratos de parceria com as principais universidades. Ademais, o público jovem já conta como grande parcela consumidora de seus produtos. Dito isso, não devem investir tanto dinheiro para patrocinar esse novo mercado. Serão somente patrocínios pontuais aos atletas de ponta.
- Marcas de médio porte provavelmente atuarão com força nesse mercado para aumentar sua presença de marca no cenário nacional e criar mais zonas de contato com o público jovem a fim de aumentar suas vendas.
- Marcas de pequeno porte poderão fazer investimentos pontuais em atletas que tenham influência naquela microrregião na qual a marca se encontra.

6. Conclusão

Esta pesquisa se propôs a analisar o ecossistema dos esportes universitários nos EUA, para, em seguida, apontar oportunidades dentro de um novo modelo de negócios desse ecossistema. Para isso, foi elaborada uma pesquisa de caráter exploratório, em que primeiramente foram analisados dados secundários e, em seguida, foram realizadas entrevistas com atletas universitários, ex-atletas, técnicos e representantes de marca. Com base nesses dados, fez-se possível apontar algumas oportunidades no novo modelo de negócios que surge a partir dessas leis.

A partir dos dados secundários foi possível compreender o tamanho dessa indústria de entretenimento, que se provou bilionária. O sistema secular que regia todas as normas até pouco tempo, o papel de cada *stakeholder* envolvido, como os órgãos regulamentadores do esporte universitário exerciam seu poder, o formato que o dinheiro era repartido dentro dessa indústria, quão pouco sobrava para os estudantes-atletas, os recentes protestos contra esse modelo de negócios e o surgimento de leis que propõe mudar de forma disruptiva esse modelo de negócios que perdura há mais de cem anos.

A partir das entrevistas foi possível inferir quais as principais mudanças que ocorrerão dentro desse modelo de negócios e como cada um dos *stakeholders* dessa equação pode ser afetado.

Na perspectiva dos atletas universitários, os principais beneficiados pelas mudanças de legislação serão os atletas dos esportes mais populares nos EUA, como futebol americano e basquete universitário. Provavelmente, no curto prazo, atletas de natação, lacrosse, tênis, futebol, atletismo, entre outras modalidades, não sofrerão o impacto positivo como os atletas das modalidades com maior visibilidade, visto que não possuem a exposição nacional que tais atletas possuem. Na perspectiva das universidades, as principais mudanças se darão nas reações de cada gestão quanto à aceitação ou não que seus estudantes monetizem enquanto alunos daquela universidade. Já na perspectiva dos patrocinadores, entende-se que marcas de médio porte serão as que mais investirão tempo e dinheiro em explorar esse novo universo de mídia e branding que se cria com a permissão para patrocinar atletas universitários. No que tange às emissoras de televisão, não há impactos significativos nessas mudanças de legislação no curto prazo.

Assim sendo, três dos quatro principais *stakeholders* dessa indústria de entretenimento tradicional e secular terão que se adaptar às novas perspectivas e deverão tirar o máximo proveito das oportunidades para se manterem atualizadas em um meio extremamente rentável e altamente competitivo.

Como futuros estudos sugere-se acompanhar as mudanças que vão acontecer ao longo do tempo para entender o comportamento do mercado e dos *stakeholders* envolvidos. Por ser uma mudança muito recente, seria interessante avaliar seu impacto nos estudantes-atletas, universidades, marcas patrocinadoras e mídia nos próximos anos.

7. Referências

BERKOWITZ, S; RADDLE, K; UPTON, J; BALLARD, M; BARNES, E; CHADWICK, M; CIERZAN, N; HERTEL, A; HOLT, P; KAYLOR, A; LEBRON, S; LOUGHRAN, K; MCCARTHY, P; MOY, M. **NCAA Finances: Revenue and Expenses by School**. 13 Out 2021. Disponível em: <https://sports.usatoday.com/ncaa/finances>

BOREN, C. **Richard Sherman hopes new California Law ‘destroys the NCAA’**. The Washington Post, 1 Out 2019. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/sports/2019/10/01/draymond-green-richard-sherman-say-its-about-time-ncaa-dictatorship-is-challenged/>

BRAUTIGAN, B. **Cam Newton and 10 College Athletes in Scandal: Is It Their Fault or the System?** Bleacher Report, 10 Nov 2020. Disponível em: <https://bleacherreport.com/articles/514177-10-college-athletes-involved-in-scandals-is-it-their-fault-or-the-system>

CAMERON, S. **The NCAA brings in \$1 billion a year – here’s why it refuses to pay its college athletes**. Business Insider, 26 Mar 2019. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/ncaa-college-athletes-march-madness-basketball-football-sports-not-paid-2019-3>

CAPELO, R. **Nos EUA, esporte universitário fatura bilhões, mas esquece atletas e educação**. Globo Esporte, 15 Set 2014. Disponível em: <http://ge.globo.com/blogs/especial-blog/dinheiro-em-jogo/post/nos-eua-esporte-universitario-fatura-bilhoes-mas-esquece-atletas-e-educacao.html>

CLAREY, C. **U.S Isn’t the Only Country With March Madness**. New York Times, Nova Iorque. 31 Mar 2011. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2011/04/01/sports/basketball/01iht-ARENA01.html>. Acesso em 01.set.2021

DOSH, K. **Naming Right Deals**. Business College Sports, 12 fev 2014. Disponível em: <https://businessofcollegesports.com/data/naming-rights-deals/>
<https://exame.com/carreira/as-50-universidades-de-maior-prestigio-no-mundo/>

GOLLIVER, B. **LeBron James continues fight against NCAA, announcing support of Fair Pay to Play Act**. The Washington Post, 30 Set 2019. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/sports/2019/09/30/lebron-james-joins-fight-against-ncaa-announcing-support-fair-pay-play-act/>

GUIRRO, F. **O bilionário mundo do esporte universitário norte-americano**. Gazeta do Povo, 07 julho 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/o-bilionario-mundo-do-esporte-universitario-norte-americano-1n0qzrb4gsh14frdcutybyi6/>

KELLY, J. **Newly Passed California Fair Play to Act Will Allow Student Athletes to Receive Compensation.** Forbes, 1 Out 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/jackkelly/2019/10/01/in-a-revolutionary-change-newly-passed-california-fair-pay-to-play-act-will-allow-student-athletes-to-receive-compensation/?sh=5e83482257d0>

LIPTAK, A e BLINDER, A. **Supreme Court Backs Payments to Student-Athletes in N.C.A.A. Case.** The New York Times, 6 Ago 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2021/06/21/us/supreme-court-ncaa-student-athletes.html>

MCGEE, K. **Gov. Greg Abbott signs bill allowing college athletes to profit off their own name and likeness.** The Texas Tribune, 14 Jun 2021. Disponível em: <https://www.texastribune.org/2021/06/14/texas-college-athletes-profit-law/>

MCGINTY, J. **March Madness Is a Moneymaker. Most Schools Still Operate in Red.** The Wall Street Journal, 12 Mar 2021. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/march-madness-is-a-moneymaker-most-schools-still-operate-in-red-11615545002>

MURPHY, D. **Florida name, image, likeness bill now a law; state athletes can profit from endorsements next summer.** ESPN, 12 Jul 2020. Disponível em: https://www.espn.com/college-sports/story/_/id/29302748/florida-name-image-likeness-bill-now-law-meaning-state-athletes-profit-endorsements-next-summer

NCAA 2021. NCSS 2021-22 Division Manual. Disponível em :<<https://web3.ncaa.org/lstdbi/reports/getReport/90008>>. Acesso em 01. set.2021

PATI, C; GASPARINI, C. **As 50 universidades de maior prestígio no mundo.** Exame, 13 out 2016. Disponível em: <https://exame.com/carreira/as-50-universidades-de-maior-prestigio-no-mundo/>

RAUENZAHN, B; CHUNG, J; KAUFMAN, A. **Paying College Athletes.** The Regulatory View, 6 Fev 2021. Disponível em: <https://www.theregview.org/2021/02/06/saturday-seminar-paying-college-athletes/>

SMITH, C. **States Move Forward on Compensation for Student Athletes.** Governing, 21 abril 2021. Disponível em: <https://www.governing.com/now/states-move-forward-on-compensation-for-student-athletes.html>

TED TALKS. **The exploitation of US college athletes.** Disponível em: <https://www.ted.com/talks/tim_nevius_the_exploitation_of_us_college_athletes/transcript>

TERRA. **Nike fecha com Universidade de Michigan maior contrato da história com faculdades americanas.** 2015. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/lance/nike-fecha-com-universidade-de-michigan-maior-contrato-da-historia-com-faculdades-americanas,c2c752b333f31a2a4dfc81f371e8464efrumRCRD.html>>

WOLOHAN, J. **How Has California's "Fair Pay To Play Act" Changed College Sport, If At All?** Law in Sport, 21 Jul 2020. Disponível em: <https://www.lawinsport.com/topics/item/college-sports-how-fair-pay-to-play-is-evolving-after-california-s-groundbreaking-legislation>

8. Anexo

ANEXO 1

ROTEIRO PARA ENTREVISTA

- 1 - Nome e profissão atualmente.
- 2- Relação com o esporte universitário americano. Quantos anos já está envolvido, é atleta/ex-atleta? Por qual universidade jogou/joga?
- 3- Está ciente do artigo 12 do estatuto da NCAA? Se sim, o que acha dele? Caso não conheça, explicar o que é e perguntar sua percepção. -Division I manual
- 4- Dito isso, o que acha das novas leis estaduais que estão surgindo em diversos estados americanos, como a lei SB206, que autoriza estudantes atletas a monetizar enquanto amadores, da Califórnia?
- 5- A decisão da SCOTUS, por mais que não impacte o esporte universitário como as leis estaduais impactarão, já indica um caminho sem volta. Como você acha que essas leis impactarão o esporte universitário americano?
- 6- Como você avalia essas mudanças?
- 7- Como você acha que as universidades se adaptarão a essas mudanças?
- 8- Na sua opinião, qual será a reação dos conglomerados de mídia?
- 9- Na sua opinião, qual será a reação das marcas/patrocinadores?
- 10- Na sua opinião, qual será a reação dos estudantes-atletas? (levando em consideração que alguns vem de famílias pobres, questão das lesões, questão financeira)
- 11- Você acredita que o modelo de negócio vai mudar devido a mudança na legislação? Como seria um modelo ideal na sua opinião?
- 12- Caso você pudesse ter recebido dinheiro enquanto jogador universitário, no que isso impactaria na sua vida? (somente para que jogou/joga)
- 13- Quais outros impactos você acha que podem ocorrer?