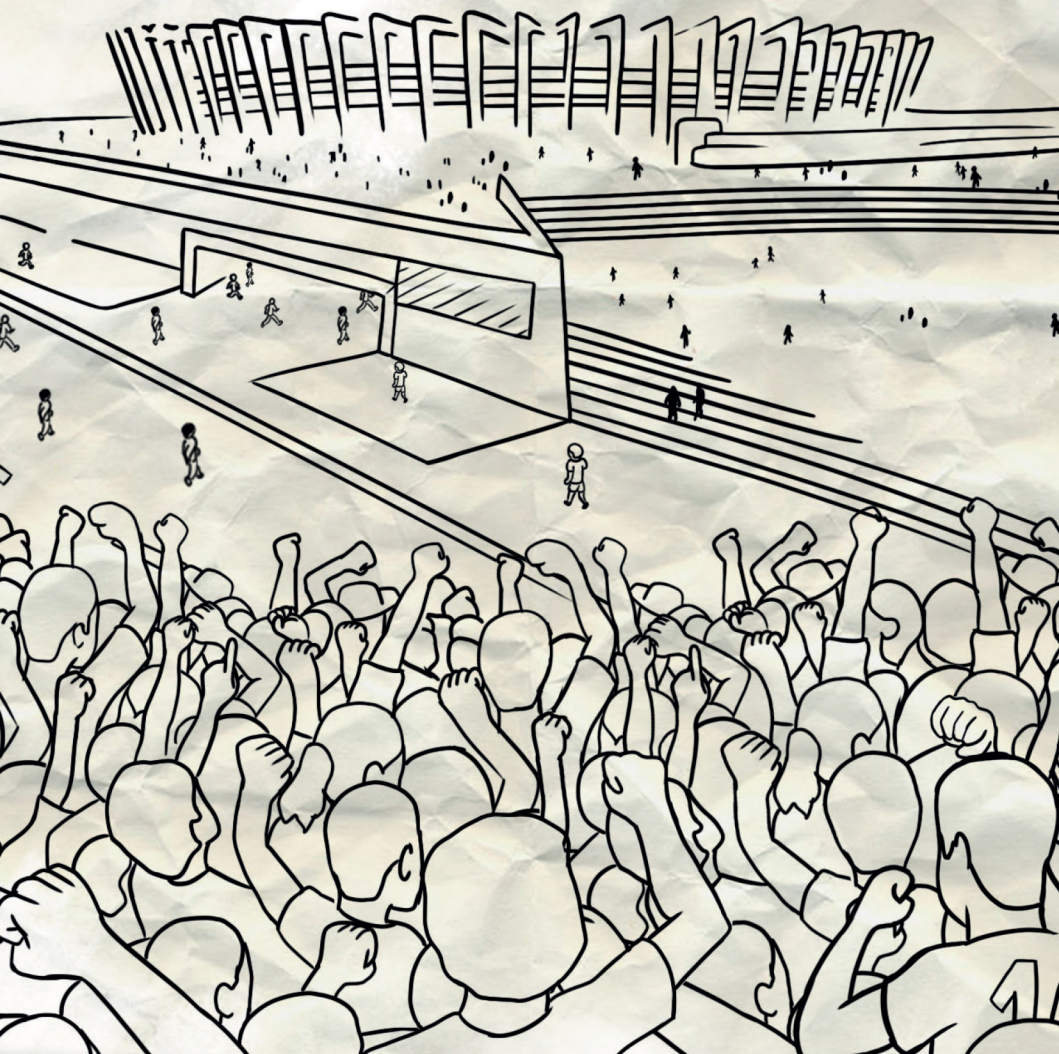


1º PRÊMIO BRASIL DE TESES E DISSERTAÇÕES SOBRE FUTEBOL E DIREITOS DO TORCEDOR

FELIPE PEREIRA DE QUEIROZ

O PREÇO DA EMOÇÃO

FUTEBOL, ECONOMIA E TORCER



**O PREÇO DA EMOÇÃO:
FUTEBOL, ECONOMIA E TORCER**



FELIPE PEREIRA DE QUEIROZ

**O PREÇO DA EMOÇÃO:
FUTEBOL, ECONOMIA E TORCER**

Brasília/2020

MINISTÉRIO DA
CIDADANIA



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte.

O PREÇO DA EMOÇÃO: FUTEBOL, ECONOMIA E TORCER

Disponível também em: <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/noticias-e-conteudos/publicacoes-1/esporte>

Tiragem: 1ª Edição - 2020 – 200 exemplares

Distribuição e informações:

Ministério da Cidadania

Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor

Secretaria Especial do Esporte

Esplanada dos Ministérios – Bloco A

Brasília - DF

www.cidadania.gov.br

Conteúdo e equipe editorial:

AUTOR: FELIPE PEREIRA DE QUEIROZ

Projeto Gráfico e Diagramação: Wildon Odaime

Capa: Wildon Odaime

Organizadores: José Perez Bezzi; Wagner Barbosa Matias

O conteúdo dessa obra é de inteira responsabilidade de seus autores.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Queiroz, Felipe Pereira de

O preço da emoção : futebol, economia e torcer /
Felipe Pereira de Queiroz. -- Brasília, DF :
Trampolim Editora e Eventos Culturais Eirelli :
Ministério da Cidadania, 2020.

Bibliografia.

ISBN 978-65-86125-24-5

1. Esportes - Aspectos econômicos - Brasil
2. Estádio Mineirão (Belo Horizonte, MG)
3. Futebol - Aspectos econômicos - Brasil
4. Futebol - Jogos
5. Torcidas I. Título.

20-49163

CDD-796.334

Índices para catálogo sistemático:

1. Futebol : Economia : Esportes 796.334

Cibele Maria Dias - Bibliotecária - CRB-8/9427

DEDICATÓRIA

Para o meu pai, Flávio.



APRESENTAÇÃO

Este livro é um dos resultados da 1ª Edição do Prêmio Brasil de Teses e Dissertações sobre Futebol e Direitos do Torcedor.

Lançado em 2019 pela Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor (SNFDT), vinculada à Secretaria Especial do Esporte do Ministério da Cidadania, o Prêmio tem como objetivo apoiar e valorizar a produção científica sobre a modalidade no País.

A materialização do Prêmio por meio deste livro é uma enorme satisfação para todos aqueles que acreditam no conhecimento científico como suporte essencial para implementação e execução de políticas públicas para o setor e para o desenvolvimento do futebol.

Além de a produção científica sobre Futebol e Direitos do Torcedor no Brasil ainda ser incipiente, ela também possui pouca difusão. Isso posto, ao tornar público o esforço de diversos pesquisadores e autores, o Ministério da Cidadania avança ao reconhecer a importância da pesquisa acadêmica e de sua difusão.

A banca avaliadora do Prêmio Brasil de Teses e Dissertações sobre Futebol e Direitos do Torcedor selecionou trabalhos de conclusão de curso dos mais variados programas de pós-graduação do Brasil que tiveram o futebol e os direitos do torcedor como objeto de estudo. Ao todo, cinco teses e 11 dissertações foram escolhidas para serem premiadas com troféus e certificados – dessas, três teses e cinco dissertações serão publicadas em formato de livro.

Nesta edição, está publicada a dissertação do prof. Me. Felipe Pereira de Queiroz orientada pelo prof. Dr. Sílvio Ricardo da Silva, da Universidade Federal de Minas Gerais.

A obra será distribuída gratuitamente para pesquisadores, universidades, clubes, federações e outras entidades interessadas na temática. Esperamos que esta iniciativa do Ministério da Cidadania seja fonte inspiradora para novas produções científicas no setor, contribuindo assim para o desenvolvimento de políticas públicas para o futebol brasileiro.

Ronaldo Lima dos Santos
Secretário Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor
Secretaria Especial do Esporte
Ministério da Cidadania



PREFÁCIO

O PREÇO DAS COISAS

Victor Andrade de Melo

Qual é o valor justo para pagar por algo? Se formos adotar uma postura absolutamente simplista, esta pergunta poderia ter uma resposta descomplicada: a soma do custo do que foi empregado materialmente, mais o da mão de obra utilizada. Perceba-se que, mesmo assim, haveria um complicador: quanto se deve cobrar pelo trabalho empreendido?

As coisas são ainda mais complexas porque há impostos que incidem sobre qualquer produto e serviço, pagamento necessário para que o Estado cumpra suas funções fundamentais, razões de sua existência, pelo menos assim deveria ser. Mais ainda, em cadeias complexas de produção, multiplica-se o número de envolvidos, bem como de materiais necessários para que o produto final seja disponibilizado aos consumidores.

Há muitos outros custos envolvidos - distribuição, divulgação, aperfeiçoamento do produto. E há, obviamente, numa sociedade capitalista, o lucro, dimensão na qual entram elementos bastante intangíveis, como o risco de quem investiu e variáveis - países como o Brasil costumam exacerbar essa faceta, na busca pela recuperação rápida do investido.

Esses elementos tornam-se ainda mais complicados quando falamos de bens imateriais (ainda que todos, ao fim, tenham sua materialidade). Quanto se cobrar por uma música? Por que uma música custa mais do que outra? Qual o valor de um jogador de futebol? Como mensurar as diferenças entre eles a partir da performance? As leis de mercado, que não são muito claras em hipótese alguma, no caso das manifestações culturais, ficam ainda mais difíceis de entender ou prever.

Todas essas dimensões e facetas tornam-se ainda mais complexas quando temos em conta que a sociedade moderna é forjada e sustentada, em grande parte, a partir da articulação de duas noções: consumo e espetáculo. Qualquer reflexão sobre a cultura de massas, que emerge nesse cenário e é potencializada com o aperfeiçoamento dos meios de comunicação e dos artefatos tecnológicos, não pode fugir de ter em conta mecanismos de comercialização, oferta, divulgação, disponibilização. Tudo tem um preço! Tudo. Sem exceção. Gostemos ou não dessa forma de organização do mundo, é assim que funciona.

A despeito disso, nem sempre se dá a devida atenção a tais aspectos econômicos, talvez porque sejam menos glamorosos do que as dimensões culturais, ou porque nem sempre sejam de fácil compreensão. Por vezes, entender o que dizem os economistas parece um esforço de acompanhar uma conversa em javanês. Se, todavia, simplificarmos, sem sermos simplistas, seus elementos constituintes, podemos perceber que algumas noções básicas não são lá tão complicadas, estão presentes em nosso cotidiano e devem ser abordadas para que possamos descortinar facetas fundamentais de nossa vida em sociedade. Todos nós sabemos que as coisas têm um preço. Todos os dias, tomamos decisões baseadas nisso, fazemos escolhas, optamos a partir de uma questão simples: posso pagar pelo que quero?

Nos estudos recentes sobre o esporte, em nossas abordagens antropológicas e sociológicas, ainda mais naquelas tecidas a partir da perspectiva histórica, certamente os aspectos econômicos têm sido dos mais negligenciados, a despeito da economia do esporte ter avançado muito nas últimas décadas, chamando a atenção para a sua potência na cadeia de negócios.

Deveríamos dialogar mais amiúde com essas considerações, até mesmo para pôr em prova algumas das nossas hipóteses e linhas de argumentação, algumas das quais, suspeito, seriam profundamente alteradas se lançássemos um olhar mais atento à materialidade do fenômeno esportivo. Ao fato de que, em última instância, é mais um produto que é comprado e vendido, que circula a partir das lógicas, nem sempre lógicas e claras, das leis de mercado, uma commodity profundamente integrada na dinâmica dessa sociedade do consumo-espetáculo, uma das pontas de lança do mercado de entretenimento, movimentando quantias estratosféricas.

Atenção! Tudo isso incide no cotidiano daquele que desfruta da prática esportiva. Daquele que compra um tênis para correr, que compra uma bola para jogar no fim de semana, obviamente daquele que se constitui em um dos elementos fundamentais do espetáculo esportivo, um elemento sine qua non para que tenha o esporte sucesso, enquanto um produto ambicionado por meios de comunicação e empresas distintas de negócios: o torcedor. Esse talvez seja um dos mais atingidos pelas estratégias comerciais, já que seu envolvimento com o esporte é mediado pela paixão, um elemento absolutamente intangível, capaz de nos fazer perder completamente a razão no consumo. Um torcedor apaixonado é capaz de fazer quase tudo para expressar, dar vazão, demonstrar sua vinculação emocional. O mercado sabe disso e o tem como alvo central de suas ações, estimulando ainda mais essa loucura que, obviamente, não é fruto do mercado em si, ainda que por ele alimentado.

Por tudo isso, devemos saudar enfaticamente o livro de Felipe Pereira Queiroz. Em meio a importantes e louváveis reflexões sobre o esporte, em número crescente no Brasil nas últimas décadas, em função de termos vivido a era dos megaeventos, a simplicidade de suas perguntas – “Qual o preço da coisa? Quanto custa?” levam-nos à profundidade desta obra.

Uma das grandes transformações desses anos foi exatamente a mudança de dinâmica dos estádios, nos dias de hoje, inclusive, chamados de arenas. De locais que serviam para que os torcedores assistissem aos jogos de seu time de predileção viraram palcos de negócio, totalmente transformados, de tal modo, até mesmo, a constranger e eliminar, implícita ou explicitamente, determinados grupos sociais. Muito já foi escrito sobre isso. A contribuição desta obra é original a partir de perguntas simples que trazem a necessidade de respostas profundamente complexas - Qual o preço da coisa? Quanto custa?

Ao responder tais questões a partir de um caso específico, Felipe dá uma inestimável contribuição para descortinar esse processo recente. Sem abandonar a discussão sobre tudo que cerca esse conjunto de transformações, sem abrir mão da necessária crítica que se constitui em elemento fundamental dos cientistas sociais, ele “materializa” algumas respostas: assim foi sendo concebido o custo, assim foi evoluindo o gasto, assim foi sendo pressionado o torcedor, cada vez mais encarado friamente como consumidor, como se escolher um jogo de futebol fosse escolher um par de meias. Descortinam-se típicas ambiguidades do capitalismo – uso sua paixão para vender, mas sua paixão tem que ser seletiva e adequar-se a determinados parâmetros estabelecidos: o verbo e a verba.

Estimado(a) leitor(a), quer entender um pouco mais das transformações que têm pressionado o sagrado/profano ato de torcer nos últimos anos? Então não perca mais tempo com esse prefácio e mergulhe nas páginas do livro de Felipe. Verás que não estarás a desperdiçar seu tempo, afinal, tempo é dinheiro, as coisas têm um preço, e devemos bem entender isso, como nos chama a atenção essa obra do jovem e talentoso pesquisador.



LISTA ABREVIATURAS E SIGLAS

CBF – Confederação Brasileira de Futebol

CONCACAF – Confederação de Futebol da América do Norte, Central e Caribe

CONMEBOL – Confederação Sul-Americana de Futebol

EMBRATEL – Empresa Brasileira de Telecomunicações

EM – Estádio Mineirão

DESA – Departamento de Engenharia Sanitária e Ambiental

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos

FAFICH – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

FIFA – Federação Internacional de Futebol Associação

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FMD – Futebol, Mídia e Democracia

FMF – Federação Mineira de Futebol

GEFUT - Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo

IPF-A – Índice de Preços do Futebol Ampliado

JSE – Journal of Economics Sports

PPP – Parceria Público Privada

PIB – Produto Interno Bruto

PST – Programa Sócio Torcedor

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais



Sumário

INTRODUÇÃO	17
CAPÍTULO I – DE ONDE PARTIMOS E COMO CONSTRUÍMOS ESTA PESQUISA.....	25
1.1 Construção do problema de pesquisa	25
1.2 Debate público	26
1.3 Debate acadêmico	33
1.4 Percurso de pesquisa	40
CAPÍTULO II – O PREÇO DO TORCER NO ESTÁDIO MINEIRÃO	51
2. 1 Cenário geral	52
2.2 Brasileirão	59
2.3 Campeonato Mineiro	63
2.4 Copa do Brasil	66
2.5 Libertadores	69
2.6 Copa Sul-Americana	73
CAPÍTULO III – ECONOMIA, LAZER E EMOÇÃO	77
3.1 Lazer e Emoção	78
3.2 Economia do Entretenimento	81
3.3 Lazer e direitos sociais	84
3.4 Indústria do entretenimento e lazer	86
3.5 Microeconomia e o torcer em estádios	89
CAPÍTULO IV – AONDE CHEGAMOS OU O QUE OS DADOS NOS DIZEM?	93
4.1 Comportamento do preço dos ingressos	93
4.2 Salário Mínimo	97
4.3 Taxa de ocupação dos estádios	100
4.4 Programas de sócio torcedor.....	101
4.5 Copa do Mundo de 2014	104
4.6 Campeonato brasileiro de 1999	109
CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
REFERÊNCIAS	119



INTRODUÇÃO

O futebol e suas diversas expressões exerceram durante toda a minha trajetória uma centralidade que foi ressignificando a cada período da vida. A construção de um interesse de pesquisa nasceu muitas vezes de uma inquietação pessoal que se torna latente a ponto de me debruçar de forma sistemática sobre um dado tema. Durante o meu processo de formação escolar e não-escolar o futebol mostrou-se como um espaço de reconhecimento e pertencimento social, disputa, fruição e divertimento. Esses elementos, associados a uma relação paterna e ao Clube Atlético Mineiro, contam um pouco das emoções e sentimentos envolvidos na produção do despertar desta pesquisa.

O futebol como espaço de reconhecimento e pertencimento social aparece na vida escolar, nas relações de vizinhança e com o mundo compartilhado com minhas referências pessoais. Essa sensação de reconhecimento acontece primeiro pelo corpo, pela prática que envolve uma microexpressão dessa emoção produzida e compartilhada nas diversas formas de se jogar futebol. A experiência de um drible, do disparar de uma arrancada, a impulsão de um salto, o fechar dos olhos para um cabeceio e o êxtase de um gol marcam minha infância e de muitos praticantes. O pertencimento a um time, a escolha de companheiros de equipe e a organização tática na rua foram formas de me sentir parte de um sentido maior de comunidade. Obviamente essas experiências envolviam frustrações, derrotas e, muitas vezes, sentimentos de exclusão por uma escolha ou por ausência. Essa profusão de emoções que acompanharam toda a minha relação com o futebol foi agora revisitado por um objetivo acadêmico.

O futebol como disputa nasce da própria prática do jogo/esporte. O funcionamento dos diversos tipos de futebol – na rua, quadra, escolar, brincadeira – envolveu para mim uma sensação de disputa na qual podemos entender sua dimensão pedagógica e de representação em microescala das relações sociais. O jogo em si tem esses significados que agora foram percebidos como elementos formadores de uma personalidade. A sensação de movimento corporal, o encontro e disputa direta pela posse da bola acompanharam a minha experiência da prática ao torcer.

O futebol como fruição foi visto por mim a partir da perspectiva do torcer e, mais especificadamente, o torcer em estádios. Apesar de algumas experiências no futebol amador como torcedor, o estádio representou majoritariamente minha experiência e compôs no meu imaginário o sentido da expressão fruição do/ no futebol. Nesse sentido, iniciaram-se as primeiras idas ao estádio Mineirão por volta de 1994. As primeiras lembranças foram sendo construídas a cada novo jogo e somadas ao longo do tempo com a história que se contou dele. Tive a oportunidade de vivenciar um estádio que sobre minha perspectiva infantil tinha proporções ainda mais monumentais. Em um exercício de rever essas memórias percebo como os sentidos foram determinantes para esse resgate.

O olfato, sentido através do qual conseguimos acessar memórias quase inatingíveis relacionadas aos cheiros, remeteu-me a lembranças possivelmente compartilhadas por vários torcedores, mas algumas curiosas nas quais acredito ser únicas. Uma delas é o cheiro cítrico da laranja quando se começa a descascar. A imagem que me veio à cabeça depois desse cheiro característico foi o corte da famosa “tampinha” da laranja. Essa parte superior ficava comigo quando durante as famosas seletivas, ou jogos que antecedia o jogo principal, começavam e eu e meu pai descascávamos laranjas na arquibancada ainda vazia pelo horário. A tradição de chegar mais cedo ao estádio quando criança também era permeada de outras diversões – que não envolviam diretamente o futebol – ali mesmo na arquibancada. Desde a tradicional corrida nos longos e autos degraus das antigas arquibancadas de concreto até as minhas primeiras partidas de baralho. Em se tratando de memória afetiva compartilhada, a alquimia da gordura dos churrasquinhos, o tropeiro, o ovo frito, a cerveja, que era muitas vezes lançada em direção ao campo, foi formando um tipo de sabor de se ir ao estádio. Esse sabor era construído desde a caminhada até o Mineirão, nas barraquinhas do entorno, até a volta para casa. O paladar, já aguçado pelos cheiros, realizava-se no pão com pernil na chapa e no tropeiro com gema mole. A tradição gastronômica de um estado genuinamente representada no estádio.

Os sons que acompanhavam toda a experiência de ir ao estádio compuseram esse exercício de resgate. Primeiro, o chiado do rádio no pré-jogo e a expectativa da escalação. Segundo, as conversas em diferentes tons sobre o time, sobre a vida e o futebol. Terceiro, os cânticos e o hino antes do jogo, no aquecimento da partida. Quarto, a profusão sonora às vezes coincidentes, às vezes dissidentes dos comentários e reações a cada lance. E, por fim, o compartilhar das emoções através dos mais diversos sons em momentos sublimes da partida. Alguns em particular como: o gol, o gol anulado, a marcação de um pênalti, a defesa de um pênalti, a bola na trave e uma defesa épica.

O tato e a visão foram sendo formados através dos desafios que a experiência no estádio exigiam. Por exemplo, o momento da separação na entrada, onde crianças tinham uma fila específica, era um desafio de referência de espaço. O espremido das filas e a necessidade de encontrar um caminho até portão do bilhete. O lance de escadas até a arquibancada, ou quando corríamos descendo até próximo ao fosso que separava o campo. Essa sinestesia, construída jogo a jogo, somada às emoções associadas a cada partida, formaram as bases da minha relação com o futebol em estádios.

Caminhando em direção às outras dimensões que envolveram a minha formação como pesquisador, avanço alguns anos, depois dessas primeiras experiências com o futebol até as minhas primeiras experiências com a universidade e a vida acadêmica. Depois de uma passagem pelas ciências biológicas, o meu interesse na dimensão humana e nas relações sociais com o espaço fizeram-me optar pelo curso criado pelo programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais Brasileiras – REUNI¹ em 2010, Ciências Socioambientais, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O objetivo da escolha e que se efetivou ao longo da formação era interpretar – e, posteriormente, transformar – as relações intra e entre as antropossociedades² e seu meio sobre uma perspectiva interdisciplinar. Esse desafio posto para todo campo científico foi experimentado em um

1 O REUNI foi uma política pública vinculado ao Ministério da Educação criado a partir do O Reuni foi instituído pelo Decreto nº 6.096, de 24 de abril de 2007, e é uma das ações que integram o Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE). A expansão da educação superior conta com o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), que tem como principais objetivos a expansão da educação superior e consequente ampliação do acesso, além da permanência na educação superior. Disponível em: <http://reuni.mec.gov.br/o-que-e-o-reuni>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

2 A nova transdisciplinaridade, ainda consoante Morin, busca a comunicação complexa dos domínios físico, químico, biológico e antropossocial. Edgar Morin vai denominar as sociedades humanas de antropossociedades e o conjunto sociedade-cultura-humano pelo adjetivo de antropossociocultural (SOFFIATI, 2012). SOFFIATI, Arthur. A contribuição da ecohistória para a compreensão da crise ambiental da atualidade e para a formação da ecocidadania. Revista Vitas: visões transdisciplinares sobre ambiente e sociedade, v. 1, p. 1-17, 2012. Ver MORIN, Edgar. O Enigma do Homem: Para uma Nova Antropologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

processo, na graduação de um curso nascente. Apesar de todo o desafio em me formar em um campo de vanguarda, a estruturação do curso e corpo docente envolvido, somado ao meu encantamento com a vida acadêmica, ofertaram-me uma profunda experiência em diversos campos da ciência. A fragilidade questionada em uma formação mais transversal e interdisciplinar frente a um conhecimento – que historicamente vinha sendo produzido em estruturas disciplinares rígidas – foi compensada por uma capacidade analítica que me permitiu entender melhor os caminhos e relações do conhecimento científico.

Dentro dos meus interesses, a relação da macroestrutura – seja ela política, social, jurídica ou econômica – com a microestrutura figurava naquele momento como principal inquietação. De que forma grandes teorias ou estruturas de estado acomodavam-se na vida social e relacionavam-se com luta de sujeitos subalternos³? Como a burocracia pública funcionava e era influenciada e por quais relações de poder? De que maneira a técnica poderia ou deveria estreitar relações com a ética? Como se organiza, para quê e para quem serve o conhecimento científico? Quais foram e/ou são os mecanismos de transformação da história? Essas perguntas complexas que foram partilhadas e refletidas por diversos intelectuais e pesquisadores acompanhavam-me ao longo das caminhadas no campus da universidade entre as aulas de saneamento ambiental no Departamento de Engenharia Sanitária e Ambiental (DESA) e de Antropologia na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FAFICH).

Tive a oportunidade de trabalhar com história oral de vida⁴, aproximando-me de pesquisas etnográficas⁵ e de saneamento rural para população do semi-árido⁶. O meu trabalho de conclusão de curso discutia, a partir de um estudo de caso, a relação do estado e o protagonismo social na história agrária brasileira⁷. Essa multiplicidade de interesses começou organizar-se de uma forma mais madura quando decidi me dedicar ao mestrado. Afetado pessoalmente e

3 A subalternidade refere-se a uma pessoa ou grupo sem acesso às estruturas hegemônicas de poder, caracterizando assim, um estado de exclusão (...) há de ressaltar outras influências sobre os grupos subalternos para além daquelas do sistema hegemônico e a possibilidade de elaboração de estratégias emancipatórias com vistas a uma transformação social (LASCHEFSKI, 2011, p.25). Ver LASCHEFSKI, K. (2011). "Licenciamento e equidade ambiental: as racionalidades distintas de apropriação do ambiente por grupos subalternos." In: ZHOURI, A. (org.). As tensões do lugar: hidrelétricas, sujeitos e licenciamento ambiental. Belo Horizonte, Ed. UFMG.

4 Ver Alberti, Verena 2004 – Manual de história oral. Rio de Janeiro, Editora Fundação Getúlio Vargas.

5 Ver ANGROSINO, Michael. Etnografia e observação participante. Porto Alegre: Artmed, 2009.

6 Ver projeto P1MC - <https://www.senado.gov.br/>. Nesse período acompanhei pesquisas no Departamento de Engenharia Sanitária e Ambiental (DESA) que monitoravam e assessoravam o programa do governo federal em parceria com a sociedade civil organizada.

7 Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Colegiado de Ciências Socioambientais da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Ciências Socioambientais. Título: O "despapel" do estado frente ao protagonismo social na história agrária brasileira: um estudo de caso do Assentamento Pastorinhas e da agroecologia enquanto prática socioprodutiva de resistência. Disponível na biblioteca interna do colegiado do Curso de Ciências Socioambientais – FAFICH/UFMG.

academicamente pelos grandes eventos que aconteceram no Brasil a partir de 2013 (Copa da Confederações e Copa do Mundo) e suas repercussões sociais e políticas – a urbanidade e as relações que emergem nesse espaço de disputa começaram a figurar como grandes inquietações.

A apropriação do espaço público percebida e seu crescimento em Belo Horizonte nesse mesmo período motivaram ainda mais meu interesse sobre temas que envolvessem a cidade e o urbano. A experiência vivida em ocupações e expressões no espaço público como o carnaval⁸ e a praia da estação⁹ convergiram meu olhar para outra dimensão da cidade. O lazer como forma de subversão, luta política e resistência tornou-se um objeto de interesse acadêmico. Durante o período que antecedeu o processo seletivo do mestrado, fiz disciplinas na pós-graduação de economia, arquitetura e urbanismo e lazer na UFMG. Além de começar a frequentar grupos de estudo na Arquitetura e Urbanismo – Indisciplinar¹⁰ – e no Lazer – Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcida (GEFuT¹¹).

O objetivo era compreender melhor esses campos de interesse e construir um problema de pesquisa. As leituras realizadas e a convivência com pesquisadores, professores e pós-graduandos fizeram-me olhar para a disputa colocada pelo nosso modo de produção ao espaço urbano. Perguntas como: quais são os limites públicos e privados da cidade? Como se opera a gentrificação¹² ou neoliberalização do espaço¹³? O que tem sido feito por parte do poder público na garantia dos direitos sociais assegurados pelo artigo 6º da constituição?

8 Para mais informações ver o artigo - CANUTO, Frederico. Da carnavalização do planejamento urbano para Belo Horizonte-para-a-guerra: da política ao político e vice - versa. Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos, v. 18, p. 485-506, 2016. Disponível em: <http://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/5373>. Acesso em: 05 de junho de 2019.

9 Para mais informações ver MIGLIANO, Milene. Praia da Estação como ação política. Revista Redobra, v. 11, p. 43-54, 2013. Disponível em: http://www.redobra.ufba.br/wp-content/uploads/2013/06/redobra11_05.pdf. Acesso em: 05 de junho de 2019. Além do artigo - MIGLIANO, MILENE. Entre gafanhotos e vaga-lumes: a potência narrativa na criação de outros imaginários políticos na Praia da Estação. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (ANPUR), v. 18, p. 240-254, 2016.

10 O Indisciplinar é um grupo de pesquisa vinculado ao CNPQ, sediado na Escola de Arquitetura da UFMG, que tem suas ações focadas na produção contemporânea do espaço. Disponível em: <http://www.blog.indisciplinar.com>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

11 O grupo da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG tem, desde de 2006, se debruçado sobre temas correlatos ao futebol e as torcidas, como: a relação do torcedor com o estatuto de defesa do torcedor; torcida e violência; o torcer no futebol profissional e amador; torcida e gênero; a história das torcidas em Belo Horizonte; o torcer pelos diferentes esportes e o futebol virtual. Disponível em: <http://www.gefut.com.br>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

12 Ver ALC NTARA, Maurício Fernandes de. 2018. "Gentrificação". In: Enciclopédia de Antropologia. São Paulo: Universidade de São Paulo, Departamento de Antropologia. Disponível em: <http://ea.fflch.usp.br/conceito/gentrificacao>. Acesso em: 05 de junho de 2019.

13 Ver MORADO NASCIMENTO, Denise; FREITAS, D. M. . Ampliação do conceito de PPP para compreender seu papel no processo de neoliberalização. In: XVII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional, 2017, São Paulo. XVII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional. São Paulo: Anpur, 2017. v. 1. p. 1-14.

Então, cheguei ao tema da elitização do futebol em um dos seus espaços centrais: o estádio. Na época das primeiras reflexões o assunto das privatizações dos estádios e as críticas sobre a urbanização excludente dos megaeventos permeava tanto o campo da Arquitetura e Urbanismo, no qual estava envolvido, quanto do Lazer, que buscava analisar cientificamente o discurso político entorno dos “legados” da Copa do Mundo. Autores como o professor Carlos Bernardo Vainer¹⁴; teses como da Doutora Nelma Gusmão¹⁵ e diversos eventos; debates públicos e de engajamento social organizado desenhavam o meu universo de interesse¹⁶.

A pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da UFMG mostrou-se como espaço mais profícuo para desenvolvimento do meu objeto de pesquisa. A primeira versão do projeto submetido ao processo seletivo buscava correlacionar o processo de privatização do Mineirão ao modelo de economia política neoliberal¹⁷. O objetivo era compreender como ocorreu esse processo do ponto vista político e jurídico, tentando cartografar¹⁸ as relações de poder envolvidas. Nesse processo, identificar atores afetados pela reforma e privatização posterior, além de compreender a relação com uma certa lógica de cidade¹⁹.

A formação obtida através das disciplinas obrigatórias e optativas oferecidas pelo programa de pós-graduação em Estudos do Lazer, a participação no GEFUT e a qualificação do mestrado foram determinantes para amadurecimento da pesquisa. O entendimento do fazer científico agora sobre uma ótica propriamente do

14 Ver o livro - VAINER, C. B.; BROUDEHOUX, Anne-Marie (Org.) ; García, Fernanda S (Org.) ; Oliveira, F. L. de (Org.) . Os Megaeventos e a Cidade: perspectivas críticas. 1. ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2016. v. 1. 512p.

15 OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. O poder dos jogos e os jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo esportivo. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/ Anpur, 2015. v. 1. 284p.

16 VI Semana Acadêmica de Arquitetura e Urbanismo da UFRRJ. Os Megaeventos Esportivos na Cidade do Rio de Janeiro. 2012. (Outra.); I Seminário do Comitê Popular dos Atingidos pela Copa - BH. A Cidade de execução e a Copa do Mundo. 2011. (Seminário); Comitê Popular Rio Copa e Olimpíadas. Copa: Paixão, Esporte e Negócio. 2011; Seminário Internacional Cidades Rebeldes 2015.

17 Ver discussão Filgueiras, Luiz. O neoliberalismo no Brasil: estrutura, dinâmica e ajuste do modelo econômico. Em publicação: Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales. Basualdo, Eduardo M.; Arceo, Enrique. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Agosto 2006. ISBN: 987-1183-56-9. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/basual/C05Filgueiras.pdf>. Acesso em: 25 de maio de 2019.

18 Ver PRADO FILHO, K.; TETI, Marcela Montalvão. . A cartografia como método para as ciencias humanas e sociais. Barbarói (UNISC. Online), v. 1, p. 45-59, 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/barbaroi/n38/n38a04.pdf>. Acesso em 05 de junho de 2019. Além dos artigos da Revista Indisciplinar, v. 2, 2016, publicado pelo Grupo Indisciplinar da Faculdade de Arquitetura UFMG. Disponível em: <http://www.editora.fluxos.org/LivrosPDFDownload/RevistaIndisciplinar2FinalBaixa.pdf>. Acesso em: 05 de junho de 2019.

19 Ver Mascarenhas, G.. Um jogo decisivo, mas que não termina: a disputa pelo sentido da cidade nos estádios de futebol. Cidades (Presidente Prudente), v. 10, p. 142-170, 2013. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/view/3238/2752>. Acesso em 15 de março de 2019. PAIVA, L. R. ; MEDEIROS, M. G. P. ; ALVARES, L. A. . O paradigma neoliberal e os megaeventos: como a copa e as olimpíadas servem à produção de cidades mais excludentes no Brasil.. In: XV Encontro Nacional da ANPUR, 2013, Recife. Anais: Encontros Nacionais da ANPUR, 2013. Disponível em: http://anais.anpur.org.br/index.php/ana_isenanpur/article/view/12/12. Acesso em: 05 de junho de 2019.

campo acadêmico e ocupando um espaço legitimado pelos meus pares fez-me perceber a necessidade de desenvolver-me. O aprofundamento nos métodos científicos e os processos de aferição e crivo dos envolvidos no campo, somados a maior clareza dos meus objetivos na pesquisa resultou em uma transformação considerável das proposições iniciais do projeto. As motivações iniciais mantiveram-se, o que mudou foi o caminho, ou podemos dizer o método científico, usado na busca por responder as questões que levantei no início dessa jornada.

Alguns momentos nessa trajetória foram determinantes para o resultado ora apresentado. A primeira delas ainda no processo seletivo do mestrado, mais precisamente na entrevista. Uma das perguntas realizadas pela banca tratava de uma postura crítica em relação aos possíveis resultados da pesquisa. Os termos utilizados, como a elitização, tratavam de antecipações interpretativas da realidade empírica. Tal fato poderia interferir nas perguntas geradas durante o processo, na medida em que já orientava a análise dos dados que precisavam ser colhidos.

Ainda que hipóteses são fundamentais para o desenvolvimento do conhecimento científico, no campo das ciências humanas, considero ainda mais necessária a postura crítica as suas próprias convicções, suposições e ideologias. Há um limiar tênue entre uma produção panfletária e um fazer científico, que leva em consideração a dimensão subjetiva do pesquisador, dispositivos ideológicos e seu engajamento social. Não se trata de um distanciamento absoluto, mas sim uma postura recorrentemente crítica ao objeto e os métodos utilizados²⁰.

A disciplina Seminário de Dissertação ministrada pelo professor Luciano Pereira da Silva marcou a evolução da pesquisa pela leitura e discussão das possibilidades do método científico no campo do Lazer. Os debates em grupo sobre os projetos colocaram-me em um processo de reflexão diante do objetivo da pesquisa, a adequação dos métodos ao objeto, os limites da análise a partir do resultado e, acima de tudo, a desconstrução de alguns paradigmas. A minha formação acadêmica, apesar do meu interesse anterior nas ciências exatas, distanciou-me das metodologias quantitativas. As críticas ao positivismo²¹ e sua proposta de adaptar a metodologia de campo das ciências exatas para ciências humanas produziu sem minha percepção uma polarização e um relativo descrédito da capacidade de métodos quantitativos e estatísticos que responderam questões sociais.

20 Ver as discussões sobre binômio objetividade-subjetividade. FOLLONI, André. Objetividade e subjetividade nas ciências sociais: introdução às relações interdisciplinares entre direito e desenvolvimento. *Revista do Direito Público* (Londrina), v. 9, p. 25-43, 2014. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/view/19806>. Acesso em: 04 de junho de 2019.

21 Ver as discussões entorno das críticas ao positivismo. LACERDA, G. B.. Augusto Comte e o "positivismo" redescobertos. *Revista de Sociologia e Política* (UFPR. Impresso), v. 17, p. 319, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a21v17n34.pdf>. Acesso em: 04 de junho de 2019.

Obviamente, isso não se expressava com tanta clareza, mas a escolha metodológica sem uma reflexão ampliada demonstraram a necessidade de olhar para o objeto repensando os objetivos e os métodos. A escolha por trabalhar com uma metodologia quantitativa começou como um desafio de formação durante a disciplina que se tornou o método utilizado para discutir o tema pesquisado. O que percebi foi a necessidade do campo do lazer e do futebol em discutir objetivamente mais dados empíricos estatisticamente tratados. Além disso a capacidade que essa metodologia teria de responder a discussões que até então se mostravam mais como impressões do que discussões de fato.

O GEFUT foi uma extensão da formação como pesquisador na medida em que tive a oportunidade – além do seu funcionamento como grupo de estudos, pesquisa e extensão – de discutir minha pesquisa. O compartilhar com pesquisadores mais experientes do grupo, ou mesmo das contribuições dos mais novatos permitiu-me fazer a dolorosa, mas necessária seleção e recorte do objeto. A clássica construção de objetivo geral e específico compatíveis com o tempo da pesquisa foram virtudes que devo aos companheiros do GEFUT.

O rito de passagem após os nove meses de mestrado, no qual enviamos para a banca avaliadora aferir o andamento da pesquisa, mostrou-se como mais uma fase de amadurecimento. As contribuições dos professores Gilmar Mascarenhas e Victor Melo permitiram um olhar mais cuidadoso na definição dos objetivos e na bibliografia adotada. E, por fim, a orientação do professor Sílvio Ricardo ao longo de todo o processo.

Esta narrativa teve o propósito de apresentar os elementos formadores e que me conectaram ao meu universo de pesquisa. O entendimento dessa dimensão da memória afetiva como parte construtora do interesse de pesquisa permitiu-me uma postura mais crítica diante das hipóteses construídas durante o processo. O que gerou uma melhor escolha nas perguntas orientadoras e nos ajustes de rota necessários.

CAPÍTULO I

DE ONDE PARTIMOS E COMO CONSTRUÍMOS ESTA PESQUISA

1.1 Construção do problema de pesquisa

Para além das inquietações pessoais que foram sendo alimentadas ao longo das experiências como torcedor, duas percepções motivaram a construção do problema de pesquisa. O primeiro deles foi o debate público sobre o tema elitização e futebol e o segundo: o debate acadêmico ou a ausência, em certo sentido, de estudos que se debruçassem quantitativamente a partir de dados empíricos sobre o tema.

O debate público ora aqui apresentado como uma espécie de termômetro social sobre o tema elitização do futebol foi fruto de uma consulta utilizando o buscador de maior referência - Google.

O objetivo foi trazer para esse primeiro momento um breve estado da arte do ponto de vista acadêmico e do debate público que envolveu a construção do problema de pesquisa. O que notei foi a construção de dois campos de pesquisa distintos que se organizam de forma específica e são relevantes para a presente pesquisa. O primeiro deles trata de uma análise da elitização do futebol como um fenômeno social, político e econômico de exclusão de um esporte historicamente popular. A economia nesse campo foi muitas vezes tratada mais qualitativamente ou através de estudos de dados secundários, não produzidos pelo autor. A tese defendida trata da elitização como um fato e o tom do debate busca um caminho para resistência desse movimento em curso.

Em contrapartida, existe um outro campo de pesquisas e publicações que busca respostas na economia para diagnosticar a ineficiência da gestão financeira do futebol brasileiro. O termo muito utilizado é a indústria do futebol e o espetáculo esportivo como um produto que necessita de máxima eficiência e eficácia econômica. Nesses casos, percebe-se a presença de mais análises quantitativas para elaborar estudos críticos sobre temas recorrentes como o marketing esportivo no futebol e a gestão dos clubes.

As consultas tiveram um caráter ilustrativo desse cenário, reconhecendo de antemão sua limitação de alcance e representatividade tanto no debate público, quanto no privado. A sua posição introdutória reflete o propósito desta seção: traçar uma narrativa que se aproxime da trajetória de amadurecimento da pesquisa.

1.2 Debate público

No intuito de entender mais sobre os momentos desse debate ao longo do recorte temporal estudado – 1994 a 2018 – realizei consultas por intervalo de tempo. Utilizou-se as palavras-chave: elitização; futebol; estádios; ingressos de forma ampla e restrita²² no intuito de atingir um maior número de observações relevantes para pesquisa. Os resultados obtidos definiram o recorte entre 1994-2003 e 2004-2018.

22 As consultas no Google podem ser amplas quando não usa nenhum destaque para as palavras. Nesse caso o algoritmo de busca seleciona através de mecanismos próprios a ocorrência de maior relevância. Além disso não se limita a presença de todas as palavras. Já pesquisa restrita utiliza as aspas como forma de filtrar das ocorrências amplas. Quando o sinal gráfico é utilizado o buscador deve necessariamente apresentar aquela palavra ou associação de palavras. Dessa forma restringe-se mais o universo de consulta.

No primeiro período apenas uma ocorrência direta foi identificada. Um artigo na folha de São Paulo no dia 22 de Março de 2000, do ex-jogador de futebol Tostão. Na matéria o colunista discute uma fala do técnico da época do Manchester United sobre a elitização do futebol inglês. Essas discussões levaram Tostão a falar sobre seus receios com relação ao futebol brasileiro.

O técnico inglês sir Alex Ferguson, com 13 anos de sucesso no comando do Manchester United, reclamou que os estádios ingleses de futebol estão sendo ocupados por executivos, convidados das empresas, e que os verdadeiros torcedores não encontram ingressos para as partidas. Nos estádios, os convidados jantam, conversam e falam sobre o tempo (paixão dos ingleses). Parecem com "a grãfina de nariz de cadáver", personagem de Nelson Rodrigues, que, no Maracanã, perguntava quem era a bola. O técnico inglês também se queixou de que não há mais geral nos estádios e que os torcedores assistem às partidas sentados, sem bandeiras e sem vibrar com o espetáculo.

A geral também está acabando no Brasil, como no Maracanã e no Mineirão. No futuro, com a entrada das empresas no futebol brasileiro, o mesmo fenômeno inglês pode ocorrer no Brasil. Talvez paguem uma torcida para animar os jogos. Além disso, cada vez mais a renda das partidas passam a ter menos importância para a arrecadação dos clubes. Se a Copa de 2006 for no Brasil, os preços dos ingressos serão altíssimos, e somente irão aos estádios convidados, premiados e os torcedores mais ricos. Em 1968, o Brasil fez uma partida amistosa contra a seleção de Portugal, na África, na então colônia portuguesa Lourenço Marques. Os negros, que adoravam futebol, ficaram de fora porque não tinham dinheiro. O estádio estava lotado, mas só de brancos. O Brasil é um país pobre, e o futebol ainda é a melhor diversão acessível ao povo. Brevemente, nem isso. Sem pão e futebol nos estádios, só restará o circo (futebol e programas de auditório na TV) (TOST O, 2000).

No intervalo de 2004 a 2018 foram identificadas 150 ocorrências relevantes associadas às palavras-chave propostas, sendo que mais de 90% dos resultados tratava de matérias a partir de 2013. O período de 2004 até 2013 foi

marcado por algumas especulações sobre os grandes eventos esportivos, nos anos após a divulgação do resultado da sede da Copa do Mundo de 2014. No resto do período citado as discussões giraram em torno do fim da geral em alguns estádios como o Maracanã²³.

As mais de 135 ocorrências relevantes representam a dimensão desse debate público. Dentre os arquivos selecionados, um espectro ampliado de fonte foi levado em consideração. Desde a mídia impressa tradicional, que tem conteúdo online como a Folha de São Paulo, até blogs independentes. Contudo, algumas discussões repetem a estrutura e argumentos, sendo apresentado um compilado dos temas que considere mais relevantes para exemplificar empiricamente o teor do debate público.

Diversos meios de comunicação divulgaram e fizeram matérias sobre uma pesquisa realizada pela empresa Pluri Consultoria²⁴ apresentada em 13/08/2014 com o seguinte título – Brasil o país do ingresso mais caro do mundo²⁵. O estudo consistiu-se em comparar o preço dos ingressos praticados entre os 13 mais importantes mercados do futebol mundial, com intuito de mensurar o preço em função do nível de renda da população.

A pesquisa identificou que o preço dos ingressos no Brasil (US\$ 22,62) é cerca de o dobro do que se paga na Argentina (\$12,22), Turquia (\$11,20) e México (US\$10,72), países com renda per capita semelhantes. Também é muito próximo ao que se paga na média na França (\$25,35), país com renda per capita 270% superior à brasileira. A empresa também desenvolveu o Índice de Preços do Futebol IPF-A, versão que considera, para efeito da pesquisa, o custo com transporte feito pelo torcedor em seu deslocamento até o estádio, bem como o preço pago com estacionamento e alimentação. A pesquisa utilizou dados dos principais clubes do país em uma série histórica de dez anos que se inicia em 2003 e termina em 2013.

Um matéria intitulada – “A elitização do futebol no mundo”²⁶ – escrita por Rodrigo Monteiro de Castro²⁷ no site Blog do Juca Kfourri discute ainda nesse contexto mundial a sua visão sobre tema.

23 Ver a notícia publicada no dia 25/04/2005 no portal UOL - Geral do Maracanã vive seu último jogo oficial. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2005/04/25/ult59u93048.jhtm>. Acesso em 05 de Junho de 2019.

24 Empresa de Consultoria em Gestão, Governança, Finanças e Marketing Esportivo. www.pluriconsultoria.com.br

25 Referência - <http://new.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2014/11/pluri-especial-precos-ingressos-mundo-14.pdf>

26 <https://blogdojuca.uol.com.br/2018/04/a-elitizacao-do-futebol-no-mundo/>

27 Coautor do livro "Futebol, Mercado e Estado" (Quartie Latin, 2016). Coautor do Projeto de Lei 5.082/2016 que institui a Sociedade Anônima do Futebol. Informações adicionais ver currículo lattes. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/1599125536422679>. Acesso em: 10 de junho de 2016.

O projeto de elitização do futebol não é novo. O processo, aliás, está em curso, e o ritmo cada vez mais acelerado. Apesar da tentativa de o empacotar como uma consequência dos tempos modernos, uma coisa não se confunde com a outra. O futebol pode ser moderno e democrático ao mesmo tempo. Os efeitos no Brasil passaram a ser sentidos, com maior intensidade, após a Copa do Mundo de 2014. Estádios de concreto, desconfortáveis e ultrapassados, foram substituídos pelas arenas desalmadas. A falta de alma não decorre da modernização, mas da forma e do propósito com que se operou a substituição, e do incentivo ao processo de exclusão. O suposto conforto, portanto, não é o problema (...) O resultado parece óbvio: a elitização do futebol, com o incentivo ao surgimento de pouquíssimas potências locais, que dominarão o cenário nacional e tentarão competir no internacional. Assim, além da elitização do campo, se projetará uma nova e reduzida elite clubística, num país que, sozinho, poderia ter uma liga comparável à europeia.

Em uma matéria publicada pela FIOCRUZ – Elitização do Futebol²⁸ – o autor mencionava o estudo de viabilidade para a concessão do Maracanã feito pela empresa IMX em 2012, no qual desenhou um modelo de negócios em que 61% da receita bruta do concessionário viria dos assentos para clientes dos camarotes e da venda de assentos para uma temporada inteira. A IMX aponta ainda que “a mudança do perfil do público” e o aumento do preço dos ingressos deve beneficiar os clubes cariocas.

O site Portal Vermelho Dia²⁹ divulgou uma matéria sobre a campanha do Futebol, Mídia e Democracia, ou apenas FMD³⁰.

O grande mérito da campanha recém lançada, para o colorado Latino, é de através do rechaço aos ingressos caros, combater esse processo e dizer que os torcedores não aceitam como único caminho para o desenvolvimento do futebol brasileiro a elitização a exclusão do povo pobre de dentro dos estádios. Colocar isso de forma articulada,

28 Ver <http://www.epsjv.fiocruz.br/printpdf/2044>. Acesso em: 10 de junho de 2019

29 O Portal Vermelho é uma página virtual mantida pela Associação Vermelho, entidade sem fins lucrativos, de cunho jornalístico. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br>. Acesso em 10 de junho de 2019.

30 Formado em 2015 reúne diversos movimentos, coletivos e torcedores em geral. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/309217-1>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

de forma mobilizada, e de forma organizada. Tenho certeza que essa campanha vai pegar com a maioria dos torcedores brasileiros, assim como foi a outra campanha do coletivo Futebol, Mídia e Democracia, a campanha contra os jogos às 10 horas da noite, que foi uma campanha exitosa e vitoriosa. Por não se tratar de uma organização de seguidores de um mesmo clube, consegue estar presente em diversos estados e agrupar dezenas de bandeiras.

O jornal El País³¹ reproduziu uma entrevista de julho de 2017 do ex-presidente do Clube Atlético Mineiro e atual prefeito de Belo Horizonte (gestão 2017-2020) Alexandre Kalil, na qual ele dizia que: “no mundo inteiro, futebol não é coisa para pobre. Doa a quem doer. Ingresso é caro em todo lugar. Torcida dividida e entrada a preço de banana estragada só existem no Brasil. O Atlético coloca ingresso a 20 reais e não lota o estádio”. Ressaltando no final da entrevista que futebol não é público, não é forma de ajuda social. A entrevista foi impulsionada por uma lei proposta pela Câmara dos Vereadores vetada pelo Kalil, então prefeito de Belo Horizonte, referente à exigência de uma porcentagem mínima de 30% dos ingressos serem vendidos a preços populares.

A fala do Kalil repercutiu em diversos meios de comunicação. O programa Redação do canal Sportv fez uma entrevista exclusiva sobre o assunto para ampliar o debate. Parte dessa entrevista nos ajuda a compreender melhor o posicionamento do ex-presidente do Atlético Mineiro³².

O ingresso hoje já é baratíssimo. Estamos falando de um tiquete médio de R\$ 25. Então quer dizer que, se subir o ingresso, está resolvido? Não. Infelizmente, não adianta. Não está enchendo a R\$ 25 o ingresso. Se o futebol fosse só ir ao estádio, por que a televisão paga tão caro pelo futebol? Por que o pay per view é tão bom para os clubes e paga tão caro? - disse o prefeito. Na sua opinião, se um clube reduzir o preço dos ingressos, terá problemas financeiros e, com um time de menor qualidade, seria rebaixado. - O problema do futebol brasileiro não é o ingresso. O futebol não é para quem não tem dinheiro. Nunca foi no mundo inteiro. Quem tem que fazer bem social é governo. Não é clube de futebol. Clube de futebol não é entidade filantrópica. Se você pegar um clube de

31 Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/07/14/deportes/1500068233_300420.html. Acesso em: 10 de junho de 2019.

32 Entrevista completa disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vzf3cGIRLq5>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

futebol e você transforma em uma entidade filantrópica, cai para a segunda divisão e você vai enfrentar a torcida na rua. Alexandre Kalil afirmou que, se houver uma lei obrigando a diminuição dos preços dos ingressos, o poder público precisa ser responsável por ressarcir os clubes, pela diminuição de receitas. O prefeito também criticou a Lei da Meia Entrada, que reserva 40% dos ingressos de eventos culturais para estudantes, deficientes físicos e jovens de baixa renda. - Eu faço um projeto de lei que obriga o Atlético-MG, o Cruzeiro, o Flamengo e o Corinthians a baixar o ingresso. Fazer um projeto de lei é o seguinte. Nós vamos baixar o preço do ingresso em 40% e o governo federal vai recompor o ingresso. Aí sim. Fazer projeto de lei para clube de futebol bancar. É o caso que ninguém fala, não pode falar... o Ney Matogrosso vem fazer um show no Palácio das Artes, e o governo obriga que X ingressos sejam meio ingresso. Coloca preço no show do Ney Matogrosso. São aberrações que acontecem no Brasil sem explicação. Quem recebeu esse dinheiro? As empresas. Os clubes não receberam. Os clubes foram isolados e vetados. Hoje todo mundo sabe o motivo. Existia um grande esquema na Copa do Mundo que todo mundo viu. Mas eu venho dizendo isso há anos. O futebol brasileiro, além de tudo, não tem solução. Ele está entregue para empreiteiras. Alexandre Kalil afirmou que, se o poder público retomasse o controle de estádios que hoje são administrados por consórcio (por exemplo, o Mineirão), seria possível diminuir o preço dos bilhetes. - Com ajuda do governo, entregando aos clubes algum tipo de subsídio, aí sim. Toma o Mineirão, nós pagamos a obra, que é obrigação do estado, e vocês explorem. Aí sim você pode falar com o governo está subsidiando alguma coisa. Vai vender camarote, vai vender cadeira. Aí você abaixa o preço, porque ganhou um estádio. Quem tem fazer isso é o governo, não é o Atlético, nem o Cruzeiro, nem o Flamengo, nem o Fluminense, nem o Vasco, nem o Botafogo. O prefeito fez duras críticas em relação às reformas dos estádios do Brasil para a Copa do Mundo de 2014 e também à forma como as concessões foram feitas com a iniciativa privada. Na sua opinião, os atuais consórcios "exploram" os clubes e fez alusão ao envolvimento das empreiteiras na Operação Lava-Jato.

- O estádio era do governo. Tinha uma época que dava estádio para o clube, não tinha dono, não tinha explorador. Não é exploração de equipamento, é explorador de clube de futebol o que está aí. Está certo? Estão denunciados, estão desmoralizados e explorando. A única coisa que eles ainda conseguem é meter a mão nos clubes de futebol (...) Todo esse dinheiro gasto nessa maldita Copa do Mundo poderia ter subsidiado os clubes, com estádios menores. Qual é o motivo de fazer um estádio de sessenta e tantas mil pessoas, onde o clube não tem nada?

As discussões que relacionam o aumento do preço dos ingressos e consequente elitização econômica como solução para a violência nos estádios mostrou-se relevante no debate público. Como exemplo segue uma transcrição do programa Jogo Aberto do canal Bandeirantes da fala do jornalista Chico Garcia veiculada no dia 13 de outubro de 2018³³.

Eu acho que estamos vivendo uma transição e aí talvez os amantes do futebol, os românticos, eles fiquem tristes do que está acontecendo. Mas o fato é vamos viver e já estamos vivendo isso, uma elitização do futebol a ponto de as arenas brasileiras, as modernas especialmente. Elas cobrarem muito caro pelo ingresso, como já está acontecendo, para que o público do futebol seja outro. Para que você tenha esse espetáculo televisivamente, para você oferecer para quem está fora do estádio (...) e infelizmente nem todo mundo tem acesso e tem condições de pagar o ingresso caro. O espetáculo do futebol vai ser inacessível para a maioria da população. Mas é só assim que você vai banir a criminalização dos estádios.

O cenário cinematográfico produziu importantes obras documentais que discutiam o tema da elitização do futebol. Chamo atenção para dois deles: “Adeus Geral” e “Geraldinos”. O primeiro foi produzido por um conjunto de alunos do ensino médio conforme sinopse divulgada pelo site Ludopédio.

Entendendo que o futebol é uma representação fiel de nossa realidade, surge o documentário “Adeus, Geral”, que teve seu

33 Disponível em: <https://esporte.band.uol.com.br/jogoaberto/videos/16377987/chico-garcia-estamos-vivendo-uma-elitizacao-do-futebol.html>. Acesso em: 10 de junho de 2019.

início a partir de um trabalho escolar de Geografia sobre “muros sociais” e que, dessa maneira, busca explorar a elitização do futebol brasileiro, que exclui dos estádios as camadas mais pobres da população. Produzido por 5 alunos do Ensino Médio, movidos pelo sentimento de expor as injustiças que esse muro social representa, deu voz a torcedores, jornalistas, técnicos e ex-jogadores para entender o que significa essa elitização. Participam, com depoimentos, nomes como os jornalistas Juca Kfour e Mauro Cezar Pereira, o técnico do Corinthians, Tite, o presidente do Palmeiras, Paulo Nobre, o ex-jogador Alex e membros das principais torcidas organizadas de São Paulo³⁴.

O segundo, uma obra de Pedro Asbeg e Renato Martins dedicada à memória desses torcedores que ocupavam as gerais do Maracanã. O filme analisa as mudanças na reforma do estádio, em 2010, que decretaram não só o fim da concepção de um espaço para todos, mas a instalação de um modelo mais elitista de espetáculo e de cidade³⁵.

Cabe ressaltar as limitações dessa pesquisa online na medida em que, mesmo com a notória transposição ou replicabilidade dos meios de comunicação, sistematicamente acontecendo a partir dos anos de 1990³⁶ para o ambiente virtual, essa análise não alcança o conteúdo da mídia impressa e da televisão em sua íntegra.

1.3 Debate acadêmico

A pesquisa sobre o debate acadêmico focou-se em dois principais buscadores Google Acadêmico e plataforma Scielo. Para tanto, foram utilizadas expressões e palavras-chave – em português e inglês – que acessassem o maior número de publicações que poderiam dialogar com pesquisa, quais foram: elitização, futebol, preço do ingresso, estádios, economia, soccer, price of ticket, stadium e economic. A combinação dessas palavras-chave com o filtro “ordenar por mais relevantes” e um recorte temporal de produção a partir de 1994.

34 Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/biblioteca/adeus-geral/>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

35 Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/biblioteca/geraldinos/>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

36 GUIZZO, Érico M. Internet O que é, o que oferece, como conectar-se. São Paulo. Ática, 1999. De acordo com autor a internet chega ao Brasil pela Universidade em 1988 e fica restrito ao meio acadêmico até meados dos anos 90. Em 1994 acontece os primeiros testes pela EMBRATEL em 1995 a rede começa a se estruturar. Entretanto é a partir de 1996 que o uso e compartilhamento das principais mídias de comunicação começa acontecer definitivamente na internet.

As ocorrências de pesquisas e artigos ligadas a esse tema geraram resultados em diversos campos do conhecimento e objetos diferentes, podendo citar alguns temas como: questões raciais e elitização na história do futebol no Brasil, formação de atletas, violência no futebol, questões urbanas de exclusão sócio espacial, futebol como negócio, clubes empresa, marketing esportivo, mega eventos e estádios, estudos de viabilidade econômica e PPP's em estádios, mega eventos e o desenvolvimento econômico dos países sede, demanda do futebol, fidelização de torcidas, economia dos esportes e impactos econômicos do consumo do futebol. Algumas dessas produções foram selecionadas para construir um breve estado da arte das discussões envolvendo os temas citados.

Um artigo dos autores Sandro Cabral e Antônio Francisco A. Silva Jr³⁷ intitulado – PPP's Estádios – Viabilidade econômica – riscos de bilheteira e empreendimentos no entorno –debruçou-se sobre os limites jurídicos da Parceria Público Privada (PPP) e questões econômicas envolvendo a exploração dos espaços públicos. Uma das conclusões do artigo foi identificar os riscos econômicos envolvidos na projeção de bilheteria envolvendo apenas jogos de futebol.

Tendo como pano de fundo as discussões em torno da candidatura da cidade de Salvador como sede à Copa do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil, os autores realizaram um exercício que ilustra as condições em que as PPP's são adequadas para a viabilização de uma nova arena esportiva, apta a atender os padrões estipulados pela FIFA. Ao final do artigo conclui-se que, em função das incertezas de demanda associadas à bilheteria de jogos de futebol, em parte condicionadas ao desempenho esportivo dos mandantes dos jogos, empreendimentos no entorno do estádio são essenciais para mitigar os riscos e, por consequência, viabilizar as PPP's.

A pesquisa realizada pelos pós-graduados³⁸ do Instituto de Pesquisas Econômicas da Universidade de São Paulo buscou medir a fidelidade das torcidas brasileiras. A partir de uma análise econômica do futebol, o trabalho modela o comportamento de torcidas do futebol profissional brasileiro no que se refere à presença nos estádios. Como recorte utilizou-se o campeonato brasileiro de 2004, aplicando uma metodologia específica para avaliar quantitativamente o grau de fidelização das torcidas brasileiras, conforme descrição abaixo.

37 Disponível em: <https://www.ludopedio.com.br/biblioteca/geraldinos/>. Acesso em: 15 de maio de 2019.

38 GUIZZO, Érico M. Internet O que é, o que oferece, como conectar-se. São Paulo. Ática, 1999. De acordo com autor a internet chega ao Brasil pela Universidade em 1988 e fica restrito ao meio acadêmico até meados dos anos 90. Em 1994 acontece os primeiros testes pela EMBRATEL em 1995 a rede começa a se estruturar. Entretanto é a partir de 1996 que o uso e compartilhamento das principais mídias de comunicação começa acontecer definitivamente na internet.

Para isso estima, para os grandes times nacionais, quais foram as torcidas cujo número de torcedores presentes nos jogos pode ser explicado pela expectativa da torcida com relação ao resultado do jogo. Assim, dois passos são seguidos, ambos baseados no nacional de 2004: o primeiro procura estimar, jogo a jogo, um vetor de probabilidade de vitória, empate e derrota do time, através de um Logit Ordenado; o segundo busca estimar, torcida a torcida, qual tem a presença nos estádios determinada pela expectativa percebida com relação ao resultado do jogo. Para tal campeonato, apenas 3 torcidas aparecem como infieis, quais sejam, dos clubes Atlético Mineiro, Grêmio e Internacional de Porto Alegre.

O método de análise do sociólogo Pierre Bordieu³⁹ aparece em pelo menos dois importantes estudos sobre megaeventos. O primeiro deles um livro publicado pela editora UFRJ da tese de doutorado Profa. Dra. Nelma Gusmão⁴⁰ – O poder dos jogos e jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo esportivo. O objetivo da autora foi analisar o papel político dos megaeventos na legitimação de interesses econômicos e seus impactos nas relações de poder e constrangimento das instituições políticas e na produção de um estado de exceção.

Imagens fortes, rituais e simbolismo têm sido os elementos básicos que dão sustentação aos eventos de competição esportiva. Quando se converte em estratégia de desenvolvimento vinculada ao modelo de gestão empresarial da cidade, a produção do espetáculo esportivo se revela capaz de produzir ampla mobilização de capitais econômicos, políticos e simbólicos, resultando em rupturas e realinhamentos nas diversas dimensões do espaço social nos territórios onde é recebido. Através de uma abordagem que utiliza como ferramenta analítica a noção de campo de Bourdieu, o trabalho objetiva explorar as relações de poder envolvidas na convergência entre o campo onde se produz o espetáculo esportivo e aquele onde se produz

39 Ver SCARTEZINI, N.. Introdução ao método de Pierre Bourdieu. Cadernos de Campo (UNESP), v. 14\15, p. 25-37, 2011. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/download/5159/4224>. Acesso em: 18 de maio de 2019.

40 OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. O poder dos jogos e os jogos de poder: interesses em campo na produção da cidade para o espetáculo esportivo. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ/ Anpur, 2015. v. 1. 284p.

a cidade e as rupturas na dimensão político-institucional resultantes desse encontro. A partir de uma opção metodológica que leva em conta a transescalaridade dos fenômenos sociais, a pesquisa adota como principal objeto de observação na escala local os preparativos para a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016 na cidade do Rio de Janeiro e se concentra no entendimento das estratégias, disputas e coalizões entre sujeitos individuais e coletivos que constituem os grupos hegemônicos nos campos em estudos. Os dados observados sugerem que, ao se constituir como universo social relativamente independente em relação a pressões externas, o campo no interior do qual se produz o espetáculo esportivo funciona como meio para submeter a cidade e seus habitantes às pressões do campo econômico a cujo domínio também se sujeita (OLIVEIRA, 2012, p. 10).

Outra publicação foi artigo de autoria do pesquisador Izac de Oliveira Belino Bonfim - Uma Análise da Copa das Confederações de Futebol da Fifa 2013 sob a Luz da Teoria dos Campos de Pierre Bourdieu⁴¹. A partir da teoria de campos de Bordieu o autor analisa o campo esportivo onde futebol está inserido buscando identificar, do ponto de vista econômico, os interesses em disputa.

Dois estudos focaram sua análise no marketing esportivo. O primeiro uma tese de doutorado de Mario Luiz Soares⁴² discute o assunto a partir dos clubes de futebol no Brasil. Foram selecionados três clubes que respondiam ao critério do autor de desempenho percebido no âmbito estudado.

Soares identificou a ineficiência desses clubes considerados referências no contexto nacional. A ausência de plano estratégico de longo prazo e decisões de marketing sem o devido critério metodológico foram as conclusões ampliadas que autor chegou. Nesse sentido, demonstrou a necessidade de uma profissionalização nessa esfera da gestão de clubes. O elemento de fundo dessa discussão foi a sustentabilidade econômica das equipes brasileiras e o aumento da competitividade internacional.

41 BONFIM, I. O. B. Uma Análise da Copa das Confederações de Futebol da Fifa 2013 sob a Luz da Teoria dos Campos de Pierre Bourdieu. Podium: sport, leisure and tourism review, v. 2, p. 76-94, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5037161>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

42 SOARES, M. L. A Miopia do Marketing Esportivo dos clubes de futebol do Brasil. São Paulo: Senac, 2011. Tese disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-22082007-125144/en.php>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

No segundo estudo sobre o tema, dedicou-se a análise de ações praticadas por grandes clubes de futebol do Brasil⁴³.

A exploração do marketing esportivo pode caracterizar-se como importante fonte de receitas aos clubes, além de também ser responsável pela valorização de sua marca. Assim sendo, este estudo teve como objetivo verificar quais são as ações de marketing esportivo mais executadas por grandes clubes do futebol brasileiro. Para tanto, desenvolveu-se pesquisa descritiva-qualitativa, por meio da qual foram analisadas as ações de marketing esportivo desenvolvidas no período de 2008 a 2013 pelos cinco clubes nacionais com maior receita dentre os que disputaram a série A do Campeonato Brasileiro de Futebol em 2012. Assim, Corinthians, São Paulo, Internacional, Grêmio e Flamengo foram selecionados, uma vez que juntos somaram aproximadamente 47% da receita total dos clubes brasileiros naquele ano. Como resultados, observou-se que as ações de marketing esportivo mais praticadas pelos clubes analisados foram: programa sócio torcedor, venda de jogadores, escolas de futebol oficiais, lançamento de livros e filmes, venda de cotas televisivas, disponibilização de canais de informações sobre o time, contratação de jogadores consagrados, patrocínio máster, lojas oficiais do clube (física e virtual) e, por fim, estabelecimento de agência de turismo exclusiva. É possível ainda afirmar que estas ações mais reproduzidas pelos clubes analisados evidenciaram-se como as principais geradoras de receita e crescimento econômico destes no período pesquisado. Não obstante, as demais ações encontradas na pesquisa também demonstraram-se importantes, pois complementaram o esforço dos clubes na fidelização de seus torcedores

43 GASPAR, Marcos A.; MORAIS, D. M. G. ; VALLADA JUNIOR, A. C. ; DEBIA, C. A. . Marketing Esportivo: Um Estudo das Ações Praticadas por Grandes Clubes do Futebol do Brasil. Podium: sport, leisure and tourism review, v. 3, p. 12-28, 2014. Disponível em: <http://www.podiumreview.org.br/ojs/index.php/rgesporte/article/view/67>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

A tese de doutorado do Professor Marcelo Proni 44– Esporte-Espetáculo e Futebol –Empresa – é um marco na literatura brasileira quando se discute a história do futebol e as transformações no paradigma organizacional visto até os anos 80. Um dos objetivos do estudo foi contribuir para uma compreensão mais ampla da história do esporte moderno e das profundas transformações que vêm ocorrendo nas últimas décadas.

Nesse sentido, procura-se examinar com maior interesse os fatores que têm reconfigurado a organização de competições de alto nível, com destaque para uma veiculação dos espetáculos esportivos na mídia e para a emergência do marketing esportivo. Outro objetivo é reinterpretar a história do futebol brasileiro, enfocando seus momentos de inflexão e reestruturação. Neste aspecto, a preocupação central é discutir o atual processo de modernização do futebol profissional, mostrando as forças sociais que têm impulsionado ou resistido a mudanças. Em síntese, procura-se demonstrar que a adoção de métodos empresariais para a gestão do futebol profissional faz parte de um movimento mais geral de transformação do mundo esportivo contemporâneo, que por sua vez, é produto da difusão da indústria do entretenimento e da globalização. E, no caso do futebol brasileiro, a transição para um novo modelo expressa os dilemas atuais da sociedade brasileira, em especial, os seus limites para adentrar plenamente na modernidade (PRONI, 1998, p.8).

Um estudo comparou a demanda por futebol no Brasil e na Inglaterra. A análise construída parte da compreensão do futebol como indústria, identificando na cadeia produtiva determinantes que influenciam na demanda por futebol nos dois países. De acordo com o artigo, a Inglaterra detém 30% do PIB do futebol mundial e o Brasil menos de 1%, para alcançar tais resultados, levou-se em consideração 380 jogos na temporada 2013. O modelo teve como variável dependente o público pagante nos estádios. Os resultados evidenciaram que fatores econômicos e estruturais e a qualidade da partida mostraram-se significantes para explicar a demanda no Brasil e Inglaterra. Esse estudo

44 PRONI, M. W. (1998). Esporte-espetáculo e futebol-empresa. Tese de Doutorado em Educação Física. Campinas, Unicamp. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/275330>. Acesso em: 06 de maio de 2019.

ainda destacou que clubes ingleses são mais eficientes no que diz respeito a formar preços⁴⁵.

A dissertação de mestrado de Wesley Ferreira de Souza⁴⁶ – A geografia do futebol brasileiro: esporte e relações político-econômicas – dedicou-se a observar a elitização do futebol e sua expressão no espaço geográfico, fazendo um resgate histórico das relações de poder que envolveram o futebol para compreender os impactos da dimensão econômica que o esporte atingiu a partir das transações financeiras observadas nas últimas décadas.

O artigo - Um estudo sobre a satisfação do consumidor esportivo que frequenta estádios de futebol em Belo Horizonte⁴⁷ – discutiu a pesquisa realizada através de três grupos focais com o objetivo de entender os motivos que levam os consumidores a frequentarem estádios de futebol, elencando fatores que possam contribuir para sua maior satisfação. A pesquisa parte do pressuposto do espetáculo esportivo como indústria na qual, possivelmente, beneficia-se de grandes eventos esportivos como a Copa do Mundo de 2014.

Como resultado, constatou-se que os principais motivos que influenciam os torcedores a frequentarem os estádios são: time de preferência; importância da partida; encontros sociais; acessibilidade ao ingresso; e garantia de segurança. Ademais, foi possível identificar fatores que contribuem com a satisfação: resultado da partida ser favorável ao time de preferência; eventos de entretenimento; serviços de melhor qualidade; transporte rápido e seguro; e conforto do estádio.

Em pesquisas na língua inglesa nota-se a importância das publicações acadêmicas de origem britânica e a própria pesquisa entorno do futebol inglês. Como referência de publicações nesse âmbito, temos o livro “The Economic of Sports⁴⁸” que, apesar de focar sua análise nos EUA e em sua sexta edição ampliar para a Europa, permite comparações e inspirações metodológicas.

45 BENEVIDES, B. I. L.; SANTOS, S. M.; CABRAL, A. C. A.; RIBEIRO, R. A.; HOLT, N. L. S. . Demanda por futebol no Brasil e na Inglaterra. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (UFF), v. 9, p. 96-112, 2015. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/pca/article/view/11215>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

46 SOUZA, W. F. A geografia do futebol brasileiro, esporte e relações político-econômicas, Ano de Obtenção: 2017. Disponível em: <http://repositorio.uem.br:8080/jspui/handle/1/4707>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

47 FAGUNDES, André A.; VEIGA, Ricardo Teixeira; SAMPAIO, Danilo de O.; SOUZA, Caissa Veloso e; SANTANA, E. E. P.; LARA, José Edson . Um estudo sobre a satisfação do consumidor esportivo que frequenta estádios de futebol em Belo Horizonte. RECADM : Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, v. 12, p. 121-135, 2013. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4806568>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

48 LEEDS, A. Michael; ALLMEN, von Peter; MATHESON, VICTOR A. The Economics of Sports: 6.ed. New York: Routledge, 2018.

O periódico "Journal of Economics Sports" (JSE) ⁴⁹é uma das referências mais importantes de divulgação científica da economia do esporte. O objetivo da revista é aprofundar a investigação na área, reunindo pesquisas teóricas e empíricas. Alguns tópicos abordados: relações de jogador, treinador e de gestão / propriedade e relações entre jogador e gerência, participação desportiva e impactos e determinantes sociais, governança corporativa de associações internacionais, ligas e clubes e finanças e impacto econômico.

A pesquisa - Premier league soccer: Normal or inferior good?⁵⁰ – analisou entre os anos de 1998-1999 a relação renda e a frequência na Liga principal da Inglaterra. Duas conclusões principais chegaram os pesquisadores. Primeira, com relação ao que eles chama de over-represented das classes sociais mais abastadas. Ou seja, percentualmente dentro dos estádios observou-se mais a presença de pessoas de alta renda. E segundo, a constatação de uma exclusão socioespacial dos torcedores, a partir da representatividade de frequência no estádio em algumas regiões mais pobres da Inglaterra.

E, por fim, no estudo – Mega-Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity?⁵¹ – o objetivo foi responder a teoria que os megaeventos esportivos desenvolvem as nações que sediam o espetáculo. A partir desse estudo, identificou-se que as projeções de ganhos são superestimados e seu balanço entre investimento e lucro real são em muitos casos menor do que o projetado. Essa diferença econômica parece ser ainda mais representativas quando se trata de países em desenvolvimento.

1.4 Percurso de pesquisa

O compilado das consultas realizadas na seção anterior nos apresenta um panorama das discussões no âmbito público e acadêmico demonstrando as diversas percepções dos processos econômicos envolvendo o torcer em estádios. O entendimento dessas diferentes possibilidades foi determinante no refinamento do objeto pesquisa e na escolha do método no qual apresentarei posteriormente.

49 Ver site oficial do periódico. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/loi/jse>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

50 Patrick Feehan, David Forrest & Robert Simmons (2003) Premier league soccer: Normal or inferior good?, *European Sport Management Quarterly*, 3:1, 31-45. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16184740308721938>. Acesso em: 06 de junho 2019.

51 Victor Matheson & Robert Baade, 2004. "Mega-Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity?" Working Papers 0404, College of the Holy Cross, Department of Economics. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1813-6982.2004.tb00147.x>. Acesso em: 06 de junho de 2019.

Como foi possível notar, o estudo acadêmico de uma série histórica do comportamento dos preços dos ingressos em estádio de futebol é ainda inexpressivo. O preço do ingresso é concebido como variável central na tomada de decisão de ir ao estádio e consequente amplitude de acesso a diferentes classes econômicas. A análise quantitativa dessa variável permite, através de fontes oficiais, quantificar as variações econômicas praticadas na oferta do serviço do lazer futebolístico no estádio. Essa quantificação amplia as discussões sobre a elitização do futebol e mensura, através de referenciais econômicos representativos, o fenômeno.

Tal perspectiva instiga a interlocução entre os envolvidos na produção do futebol: clubes, administradoras de estádio, poder público, torcedores, federações de futebol e mídia. Todos esses atores⁵² exerceram e exercem influência no campo do futebol e têm objetivos diferentes e em comum.

O agenciamento desses interesses intermediados por relações econômicas é favorecido por pesquisas que dimensionem quantitativamente a experiência do torcer em estádios. Possibilitando um melhor diagnóstico e possíveis tomadas de decisão por esses agentes⁵³, gestores e atores do futebol.

Sendo assim, a presente pesquisa teve intuito de compreender as transformações econômicas ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018. Para isso, traçou-se o comportamento no preço dos ingressos durante o período correlacionando-o com variáveis econômicas representativas, além de registrar a taxa ocupação do estádio durante o período analisado.

O recorte espacial em questão buscou compreender os desdobramentos econômicos do fruir do lazer futebolístico em estádios. Entretanto, reconhece-se que essa expressão de lazer acontece em outros espaços no âmbito público e privado – bares, casa, smartphones – mas que é na origem da produção do espetáculo que busquei compreender suas transformações.

O estádio escolhido foi o Mineirão, o qual compartilha com o Independência, durante todo recorte temporal, o espaço de Belo Horizonte para realização das

52 Para o aprofundamento nas discussões sobre o conceito de ator; agente e sujeito social ver MARTINS FERREIRA, Dina Maria. Do semelhante ao mesmo, do diferente ao semelhante: sujeito, ator, agente e protagonismo na linguagem. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, p. 1-22, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbla/v17n4/1984-6398-rbla-201611377.pdf>. Acesso em: 06 de junho de 2019. Adota-se a análise de Pierre Bourdieu na qual considera os atores sociais como reconstrutores e transformadores da estrutura social. Bourdieu busca superar a polarização do determinismo estrutural e do voluntarismo individualista, para articular estrutura e ação. Mesmo reconhecendo a maior ênfase na determinação estrutural (FERREIRA, 2017).

53 Ver a discussão de (FERREIRA, 2017) - Bourdieu ao atribuir maior ênfase na reprodução das relações sociais, como já foi mencionado, defende existência de um *habitus* incorporado pelos agentes como esquemas de apreensão de uma estrutura objetiva, *habitus* este que é construído no interior de um campo social onde os agentes ocupam determinadas posições segundo a distribuição dos diferentes tipos de capital (econômico e o cultural), e que são reveladoras de relações de dominação.

partidas oficiais do calendário brasileiro. O objetivo de restringir a análise para o estádio Mineirão trata de uma adequação a sua representatividade no cenário esportivo local e nacional, assim como na centralidade que exerce nas transformações envolvendo os megaeventos – em especial a Copa das Confederações e a Copa Mundo. Sendo importante ressaltar que a partir de 2012 o Atlético-MG começa a utilizar mais sistematicamente o estádio Independência, compartilhado com o proprietário América-MG. Notou-se uma redução na participação quantitativa dos jogos dessa primeira equipe no estádio Mineirão.

O recorte temporal proposto foi o intervalo dos anos entre 1994 e 2018, no qual se iniciou o plano real⁵⁴ e o futebol vivia um momento de transição influenciado por um movimento internacional de reestruturação do esporte desde dos anos 1980⁵⁵. O ciclo de análise termina no fim do período máximo de coleta e tabulação dos dados do mestrado.

O intuito foi trabalhar com uma série histórica que permitisse monitorar as transformações vivenciadas pelo futebol nos últimos anos, como é o caso dos megaeventos esportivos. Além de compreender – com maior recenticidade possível dos dados – comparações observadas no debate público e no imaginário social construído de um futebol popular nos anos 1990, que foi se transformando no início dos anos 2000 até a discussão da elitização pós-reforma para os megaeventos esportivos.

A periodização contribuiu na compreensão do tema, na medida em que compartilha elementos dos dois eixos estruturais da pesquisa – economia e futebol – em um período chave para entender o futebol brasileiro e o modelo econômico contemporâneo.

No âmbito empírico, a pesquisa pretendeu, a partir da variável – preço do ingresso, construir um desenho da evolução do custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão. Esse parâmetro econômico é o elemento central demonstrativo na composição do custo, sendo possível notar outros como transporte, alimentação e bebidas – mas que estariam sobre um regime e influência de flutuações macro e microeconômicas diferentes, as quais distanciam-se do escopo proposto e, portanto, não foram analisados⁵⁶.

54 O Plano Real – cujas três fases iniciais foram completadas em 1º de 1994 com reforma monetária que extinguiu o cruzeiro real e transformou a Unidade Real de Valor (URV) no Real (PEREIRA, 1994, p.129).

55 Ver PRONI, M. W. (1998). Esporte-espetáculo e futebol-empresa. Tese de Doutorado em Educação Física. Campinas, Unicamp.

56 Para tanto tomemos como exemplo a cerveja (bebidas) ou mesmo a gasolina (transporte) e percebemos como um aumento de imposto setorial ou o custo na extração e refino do petróleo poderiam determinar mudanças que fogem do campo econômico do lazer futebolístico.

Cabe ressaltar que, para a presente pesquisa, o preço do ingresso é o fator determinante na tomada de decisão do consumo do lazer em estádios, sendo elemento central na composição das relações de demanda e oferta.

O preço dos ingressos foi analisado a partir de alguns critérios que consideram a diversidade do espetáculo esportivo em seu âmbito espacial e econômico. Para tanto, busquei identificar o comportamento dos preços em competições estaduais, nacionais e internacionais. Além das fases, momentos diferentes na competição, ou seja, preço do ingresso na fase classificatória, em etapas eliminatórias, decisões de campeonato ou jogos de maior apelo devido a rivalidade dos clubes. O objetivo dessas escolhas foi compreender a produção do espetáculo esportivo e seu direcionamento e cerceamento econômico no acesso a certos tipos de emoção.

Como dito, a presente pesquisa buscou analisar o comportamento do preço dos ingressos comercializados no Estádio Mineirão durante os anos de 1994 e 2018. A fonte utilizada para consulta das informações tabuladas foram as fichas técnicas conhecidas como Borderô's. Esses documentos estavam disponíveis no site oficial do EM no subitem – ficha técnica – dentro da aba “O Mineirão⁵⁷”.

Os arquivos⁵⁸ consultados até 2010 foram gerados por escaneamento digital a partir de impressos físicos disponibilizados no formato de leitura “PDF”. Os dados referentes aos anos posteriores estavam parcialmente disponibilizados, também em formato “PDF” – com a diferença que foram gerados digitalmente – e o restante descrito no corpo do texto do site.

57 Disponível em: <http://estadiomineirao.com.br/o-mineirao/jogos-e-eventos/> - Acesso em 25 de maio de 2019.

58 Análise documental citação.

FIGURA 1 - Exemplo de borderô até 2010 em formato pdf (scaneado de documento físico)

(75)

Jogo = Atlético 3 x 2 Corinthians 18:30 hs, 12/12/99
Motivo- Final do Campeonato Brasileiro/99
Público= 78,382 + Renda R\$745.459,00 (0 5,00/A 10,00/CS 20,00/CE 40,00)
Piso salarial R\$136,00

Juiz= Oscar Roberto Godoi (SP)
Aux= Jorge Paulo Oliveira Gomes (DF) e Ariston Leonardo Tavares (RJ)
Reserva= Ronaldo Correia (SP) e Antônio Willian Gomes

Gols= Guilherme (3) 15', 28 e 44'10 para o Atlético. Vampeta 39'10 e
Luizão 25'20 para o Corinthians.

Atlético= Kleber; Bruno, Galvão, Cláudio Cagapa e Ronaldo; Valdir,
Gallo, Belletti (Edgar 31'20) e Robert; Guilherme e Marques
(Adriano 17'10).
Téc. Humberto Ramos

Corinthians= Dida; César Prates (Marcos Senna 22'20), Márcio Costa,
Luciano e Cleber (Augusto 30'20); Vampeta, Rincón (Gilmar
29'10), Ricardinho e Marcelinho Carioca; Edilson e Luizão.
Téc. Oswaldo de Oliveira

2691

Fonte: Disponível no site oficial do Estádio Mineirão.

FIGURA 2 - Exemplo de borderô a partir de 2013, gerado no formato pdf.

MINEIRÃO

FICHA DE JOGOS NO MINEIRÃO

MINEIRÃO INFORMA

JOGO: CRUZEIRO ESPORTE CLUBE 0 X 1 CLUB DE REGATAS VASCO DA GAMA

DATA: 26/11/2017

MOTIVO: CAMPEONATO BRASILEIRO

ÁRBITRO: RAPHAEL CLAUS - SP (FIFA)

ASSISTENTE 1: EMERSON AUGUSTO DE CARVALHO - SP (FIFA)

ASSISTENTE 2: ALEX ANG RIBEIRO - SP

QUARTO ÁRBITRO: ALBERTO POLETTI MASSEIRA - SP

HORÁRIO: 17H

TIME: CRUZEIRO

1º TEMPO: -

2º TEMPO: -

TIME: VASCO

1º TEMPO: 20min (03-PAULÃO)

2º TEMPO: -

CLUBES	CRUZEIRO	SUBSTITUIÇÕES	VASCO	SUBSTITUIÇÕES
T	12 RAFAEL		01 MARTIN SILVA	
I	20 LUCAS ROMERO		02 MADSON	
T	03 LEO		03 PAULO	
U	28 DUGÃO		04 ANDERSON MARTINS	
L	17 BRYAN		05 HENRIQUE	
A	16 LUCAS SILVA	11-ALISSON (10min21)	05 WELLINGTON	
R	08 HENRIQUE		07 EVANDER	14-JEAN (INT)
E	19 ROBINHO	14-JUDIVAN (29min21)	08 YAGO PIKACHU	
S	30 THIAGO NEVES		11 PAULINHO	20-WAGNER (17min21)
	70 RAFINHA		10 NENE	17-MATEUS VITAL (23min21)
	10 DE ARRASCAETA		09 ANDRÉ RIOS	
R	37 LUCAS FRANÇA	23 ELBER	12 GABRIEL FELIX	19 PAULO VITOR
E	21 LENNON	14 JUDIVAN	13 RAFAEL MARQUES	20 WAGNER
S	35 MURILO	31 CARICA	14 JEAN	21 EDER LUIS
R	32 ARTHUR	46 VICTOR LUIZ	16 BRUNO PAULISTA	22 GILBERTO
V	34 NORDECA		16 ALAN	23 ANDREY
A	18 MESSIDORO		17 MATEUS VITAL	
S	11 ALISSON		18 CAIO MONTEIRO	
	TECNICO: MANO MENEZES		TECNICO: ZE RICARDO	

PÚBLICO PRESENTE: 14.930

PÚBLICO PAGANTE: 12.212

RENDAS: R\$ 256.355,00

AV. ANTÔNIO ARRAHÁ CARAN 1001 - SÃO JOSÉ, BELO HORIZONTE - MG, BRASIL

CEP 31275-000 - TELEFONE GERAL -55 31 3489.4300 - TELEFONE DUVVODORA -55 31 3489.4323

ESTADIOMINEIRAO.COM.BR

LEED

Fonte: Disponível no site oficial do Estádio Mineirão.

FIGURA 3 - Exemplo de borderô a partir de 2013, disponível no formato descritivo no corpo do site.

CRUZEIRO 1X0 BOTAFOGO	
21/09/2016	
Oitavas de final da Copa do Brasil	
Público: 10.604 pagantes/ Renda: R\$ 176.106,00	
Gol: Bruno Rodrigo, aos 36'. 1º tempo para o Cruzeiro	
Árbitro: Marcelo Aparecido de Souza – SP	
Auxiliares: Fabiano da Silva Ramires e Herman Brumel Vani	
Cruzeiro: Rafael, Lucas, Manoel, Bruno Rodrigo e Edimar; Henrique, Ariel Cabral (Denilson), Rafinha e Arrascaeta; Elber (Alisson) e Ramón Ábila (Willian). Técnico: Mano Menezes	
Botafogo: Helton Leite; Diego, Emerson Silva, Renan Fonseca e Victor Luis; Bruno Silva, Rodrigo Lindoso (Vinícius Tanque), Dierson e Leandrinho; Salgueiro (Rodrigo Pimpão) e Luis Henrique (Gervasio Núñez). Técnico: Jair Ventura	
Cartões amarelos: Leandrinho, Emerson, Gervasio Núñez e Victor Luis (Botafogo)	
21/09/2016	JOGO

Fonte: Disponível no site oficial do Estádio Mineirão.

A pesquisa prévia do conteúdo e da qualidade de preservação dos dados – requisito para elaboração do banco de dados⁵⁹ – permitiu identificar um desafio e/ou adequação de pesquisa. As informações que constam nos borderôs apresentam semelhanças e diferenças. Essa ausência de padronização exigiu que o banco de dados fosse construído a partir dos pontos em comum capazes de comparação em uma série histórica ao longo de vinte e cinco anos.

Sendo que as informações que ora se apresentavam como um detalhamento não compartilhado por todos os Borderôs, mas relevante para pesquisa, foram registradas em anotações separadas para contribuir na análise. A opção por essa metodologia buscou contemplar as informações estatisticamente tratáveis e com grau de confiabilidade compatível com estudo científico. Ao mesmo tempo que alguns elementos pontuais sugeriram ou abriram um campo de discussão e hipótese também cientificamente relevantes, foram apontados em um caderno de ocorrências.

Os borderôs tinham em comum as seguintes informações: times participantes, placar, data e hora de realização da partida, motivo, público⁶⁰, renda, árbitros da partida, escalação dos times e técnicos das equipes. As informações que não foram compartilhadas por todos os registros: preço dos ingressos por

59 Citação sobre isso; método de análise de documentos

60 Verificou-se em alguns jogos o lançamento do público pagante e presente e alguns casos apenas público. Analisando as informações disponíveis em alguns Borderôs sugere-se que esses dados, quando não explícito, trata-se do público presente. A justificativa para essa interpretação aconteceu com a análise do preço médio comparando público e renda, na medida em que vários jogos o preço médio dos ingressos é inferior ao valor do ingresso mais barato.

setor do estádio, piso salarial referente ao período do jogo, ocorrências, hora dos gols, público presente e público pagante.

Considerou-se para esta pesquisa todo o universo de jogos oficiais envolvendo os times nacionais como mandante da modalidade esportiva futebol profissional jogado por homens. Durante os vinte cinco anos analisados, houve jogos amistosos, jogos da seleção brasileira, futebol profissional jogado por mulheres e partidas oficiais de outras modalidades esportivas como o Rugby. Esses registros foram desconsiderados por não pertencerem ao escopo da pesquisa. Para tanto, no período selecionado, aproximadamente 3% dos registros do universo da pesquisa não foram tabulados. Essa ausência se deu pela indisponibilidade da informação de alguns jogos por parte do banco de dados oficial do Mineirão. Ao clicar no diretório referente a esses jogos ocorriam dois problemas: o primeiro, uma mensagem relatava um erro ao inicializar o arquivo PDF referente ao Borderô do Jogo; e segundo, a descrição no corpo do site não apresentava a ficha técnica do jogo. A porcentagem de ausência não é representativa no universo pesquisado a ponto de influenciar a análise.

O banco de dados explorado reúne informações sobre 1175 partidas oficiais entre 1994 e 2018. Destaca-se a ausência de observações nos anos de 2011 e 2012, quando o estádio estava fechado para reforma.

Como mencionado, a criação do banco de dados considerou as informações comuns a todos os registros que permitissem uma comparação em uma série histórica e fossem relevantes para análise econômica proposta. Os campos de preenchimento definidos foram: times participantes, placar, data e hora de realização da partida, motivo, público⁶¹ e renda.

O programa utilizado para criação da interface de preenchimento e registro dos dados foi o Microsoft Access 2013⁶². A opção por essa ferramenta justifica-se por sua capacidade de programação das correlações entre os campos e restrições no preenchimento. A programação foi pensada para travar o registro a partir de padrões pré-estabelecidos. Foram criados limites para cada campo que evitassem erros na execução da tabulação. Como exemplo podemos citar: o limite de

61 A exceção foi a presença dos campos público presente e público pagante. Ainda que os borderôs compartilhem apenas o público presente como regra, alguns apresentavam a informação de público pagante, optou-se pelo registro dessas observações para análises futuras.

62 O Microsoft Access é um sistema de gerenciamento de banco de dados capaz armazenar dados e criar apontamentos facilitando a coleta e a organização de informações. Um banco de dados do Access armazena suas tabelas em um único arquivo, junto com outros objetos, como formulários, relatórios, macros e módulos. Os bancos de dados criados no formato do Access 2013 têm a extensão de arquivo .accdb. Disponível em: https://support.office.com/pt-br/article/no%C3%A7%C3%B5es-b%C3%A1sicas-do-banco-de-dados-a849ac16-07c7-4a31-9948-3c8c94a7c204#_toc257378454

público que excedesse o registro histórico máximo de 132.834, data e hora incompatíveis com essas variáveis, renda acima da máxima registrada R\$ 14.176.146,00. Esses parâmetros contribuíram para maior confiabilidade nos registros e evitaram distorções possíveis na análise estatística.

FIGURA 4 - Interface gráfica do banco de dados desenvolvido no Acess.

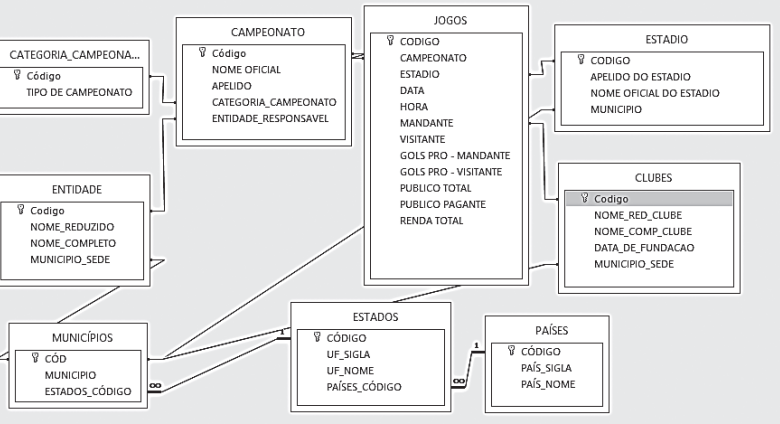
The screenshot shows a database interface with three main sections:

- DATA e LOCAL:** Includes a 'Campeonato' dropdown menu, a 'Data' text input, a 'Horário' text input, and an 'Inserir Campeonato' button.
- PLACAR:** Includes a 'Mandante' dropdown menu, a checkbox, an 'x' symbol, a 'Visitante' dropdown menu, and an 'Inserir Clube' button.
- PÚBLICO e RENDA:** Includes three text input fields labeled 'Público Total', 'Público Pagante', and 'Renda Total'.

At the bottom, there are two buttons: 'Inserir' and 'Fechar'.

Fonte: Arquivos do autor

FIGURA 5 - Relação dos campos e apontamentos criados no banco de dados.



Fonte: Arquivos do autor

Além da melhor operacionalização dos lançamentos e confiabilidade no armazenamento e registro, a criação do banco de dados também envolveu outro interesse, que foi desenvolver uma ferramenta capaz de ampliar o recorte em futuras pesquisas em outros estádios ou mesmo outros períodos do próprio Mineirão – sem a necessidade de desenvolver e programar um novo banco de dados. Todos os apontamentos criados, como demonstrados na imagem acima, permitem que outros pesquisadores também façam uso dessa ferramenta para pesquisas que envolvem outros estádios.

A escala temporal definida associada aos recursos estatísticos e de representatividade percentual permitiram uma análise comparativa do período. As variações de preços observadas ao longo dos anos foram associadas as duas variáveis econômicas que nos permitiram comparação. A primeira delas foi salário mínimo, que dimensiona o comportamento dos preços a partir de um parâmetro representativo à pesquisa – dado que estamos tratando de um lazer historicamente popular. Além disso, o salário mínimo representa a renda média de aproximadamente 60%⁶³ dos brasileiros.

Sendo assim, a variável renda tem como proxy⁶⁴ os dados do salário mínimo registrados ao longo do período estudado, os quais foram consultados no site oficial do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)⁶⁵.

A segunda delas, a inflação, teve como referência do comportamento médio do aumento de preços da economia brasileira, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA)⁶⁶, o índice oficial mais utilizado. Nesse caso, o intuito foi perceber as diferenças entre os valores reais (preço médio do ingresso corrigido pela inflação) e os valores nominais (preço médio do ingresso registrado).

Os dados brutos coletados e tratados estatisticamente nos permitiram tecer reflexões a partir do cruzamento dos dados. Para tanto, foram criados gráficos, variando as abscissas e ordenadas, de acordo com o interesse de análise. Como exemplo, podemos citar: o valor percentual do salário mínimo para fruição do

63 Dados do Censo de 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=P21&uf=00>. Acessado em: 14 de maio de 2019

64 Proxy (ou variável proxy) é um termo estatístico utilizado na economia para determinar uma variável que não é diretamente relevante por si só, mas atua no lugar de uma variável não observável ou não mensurável para descobrir um resultado provável (ex.: analisar a produção de veículos para estimar a produção total de um setor da econômico). Para que a variável proxy tenha êxito é necessário que a correlação estabelecida com o meio estudado seja o mais representativo possível (WOOLDRIDGE, 2008, p.272-303).

65 Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=1739471028&module=M>

66 O IPCA é o principal índice que mede a inflação agregada no Brasil. As motivações para a criação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA foi a obtenção de medida geral de inflação. Sendo seu objetivo central medir as variações de preços referentes ao consumo pessoal. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv65477.pdf>

lazer futebolístico (abscissas) ao longo do recorte temporal proposto (ordenadas). Essa abordagem quantitativa dimensiona as transformações sem incorrer em abstrações econômicas pouco representativas.

A metodologia utilizada para analisar os dados registrados no banco de dados foi a estatística descritiva⁶⁷. O método consiste em um conjunto de ferramentas que possibilitam o resumo, organização e descrição das variáveis observadas. Essas análises podem ser aplicadas individualmente, ou na comparação de grupos.

Por se tratar de um estudo com observações em um período de 24 anos, foram construídos diversos gráficos de linhas e pontos para auxiliarem na interpretação dos dados e/ou identificação de possíveis anomalias. Gráficos de barras também foram utilizados em análises específicas.

No desenvolvimento do trabalho foi utilizado o software estatístico R, sendo essencial o emprego de dois pacotes: 'ggplot2' e 'deflateBR'. O primeiro aprimorou a construção dos gráficos e o segundo possibilitou os cálculos de ajuste financeiro envolvendo o IPCA.

Enfim, este livro organizou-se em quatro capítulos, iniciados pela introdução da pesquisa que buscou construir o problema de pesquisa e a metodologia. O segundo capítulo apresenta os resultados através da estatística descritiva com gráficos e tabelas. O terceiro uma discussão conceitual sobre os pressupostos teóricos da pesquisa como ferramenta de análise dos dados. E, por fim, no quarto capítulo, uma discussão sobre os resultados, a partir de variáveis e fenômenos percebidos como de maior relevância.

67 Ver FARIAS, A. M. L.; LAURENCEL, L. C. . Estatística Descritiva. 2000. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - Apostila). Disponível em: <http://www.professores.uff.br/anafarias/mmaterial-didatico/>. Acesso em: 06 de junho de 2019.



CAPÍTULO II

O PREÇO DO TORCER NO ESTÁDIO MINEIRÃO

As informações geradas a partir do conteúdo do banco de dados foram organizadas em gráficos. A lógica de apresentação foi partir dos dados mais agregados para os campeonatos específicos. Separado por temas de análise, os subitens compartilham quatro gráficos tendo como base o preço médio dos ingressos⁶⁸ e o público presente: porcentagem do salário mínimo, preço médio dos ingressos corrigidos pela inflação ano a ano X preço médio dos ingressos reais (praticados), inflação ano base 2018 e média de público por jogo.

A porcentagem do salário mínimo⁶⁹ em cada cenário teve intuito de discutir, a partir de uma variável de renda, a proporção média representativa da escolha econômica na fruição do lazer esportivo.

68 O preço médio dos ingressos foi calculado a partir do quociente entre a renda do jogo e público presente.

69 A Constituição Federal de 1988 preceitua no Art.6º - São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. IV - salário mínimo, fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender a suas necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo, sendo vedada sua vinculação para qualquer fim;

O segundo grupo de gráficos buscou comparar o comportamento do preço médio do ingresso a partir de 1994 considerando o preço praticado e o preço hipotético se os mesmos fossem corrigidos ou indexados⁷⁰ ao IPCA (inflação⁷¹). O objetivo desses gráficos foi compreender como a microeconomia do futebol, mais especificadamente o preço do ingresso, relaciona-se com o mercado amplo. O quanto o futebol é sensível ao comportamento geral da economia.

Os gráficos denominados “inflação ano base 2018” tiveram o intuito de trazer para percepção do ano de 2018 o preço praticado dos ingressos ao longo de todo período. Cabe ressaltar que esses preços devem ser relativizados em certo sentido pelas pequenas distorções econômicas envolvidas na correção apenas pela inflação agregada e na percepção individual presente na microeconomia. Entretanto, essas informações cumprem o propósito de materializar a discussão de uma forma mais representativa para o torcedor.

E, por fim, a média de público presente, além de compor o cálculo do preço médio dos ingressos, também é objeto de análise. O objetivo foi quantificar a demanda, ou seja, durante o período estudado quantas pessoas foram ao estádio. Sendo possível pensar sobre a oferta de lugares no estádio e um índice médio de ocupação ou taxa ocupação média do estádio Mineirão.

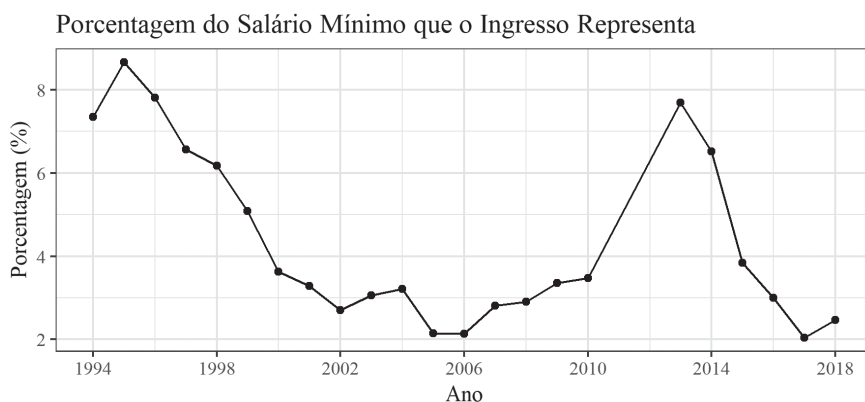
2. 1 Cenário geral

A composição desses gráficos considerou todos os jogos oficiais realizados em cada ano. Nesse caso, compõe não só os campeonatos que serão analisados separadamente – Brasileiro, Copa do Brasil, Libertadores, Campeonato Mineiro e Copa Sul-Americana – mas também campeonatos que existiram por tempo determinado. Como, por exemplo, a primeira liga, copa sul minas e copa centro-oeste.

70 Para Mankiw (2001, p.523) indexação é correção automática, determinada por lei ou contrato, de uma quantia pela inflação.

71 O conceito de inflação adotado por Mankiw(2001) é correspondente ao utilizado para compor o índice de inflação adotado pela pesquisa (IPCA). Para o autor em nossa economia, os preços tendem a crescer ao longo do tempo e este aumento no nível geral dos preços chama-se inflação.

GRÁFICO 1 – Porcentagem do Salário Mínimo que o Ingresso Representa



Fonte: Arquivos do autor

Quando comparado o preço médio do ingresso em relação ao salário mínimo, destaca-se a alta proporção nos anos iniciais do estudo. Em via de regra, o valor médio pago por jogo sempre representou menos que 10% do valor do salário mínimo.

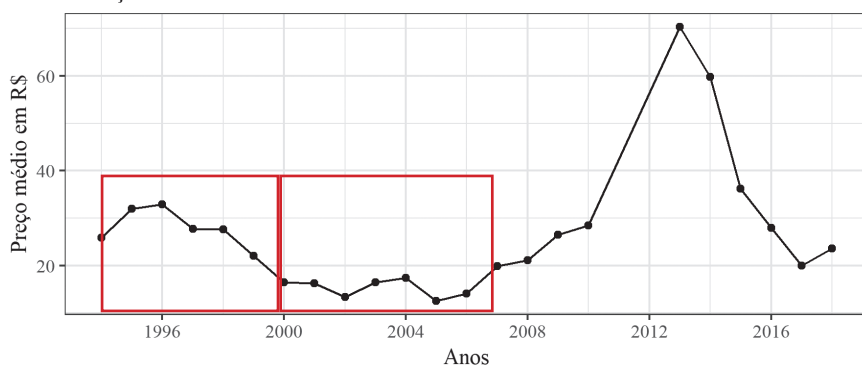
A composição do gráfico 1 indica alterações que são resultado da mudança na relação entre as variáveis que o compõe. No período entre 1994 e 2006 observa-se uma queda sistemática que, quando desagregada, justifica-se pelo aumento do salário mínimo. A variação dos preço, como observado no gráfico a seguir, é pouco determinante para configuração do comportamento em relação ao salário mínimo.

O segundo movimento observado a partir de 2010 já é determinado pela variação dos preços dos ingressos.

Se analisada a taxa de variação por ano é possível notar que do ano de 2010 para 2013 a porcentagem que o preço médio representava no salário mínimo cresceu muito mais rápido do que os anos anteriores, período no qual ocorreu as obras da reforma do Mineirão para Copa do Mundo, sendo sua reinauguração no início de 2013.

GRÁFICO 2 – Inflação Ano Base 2018

Inflação Ano Base 2018

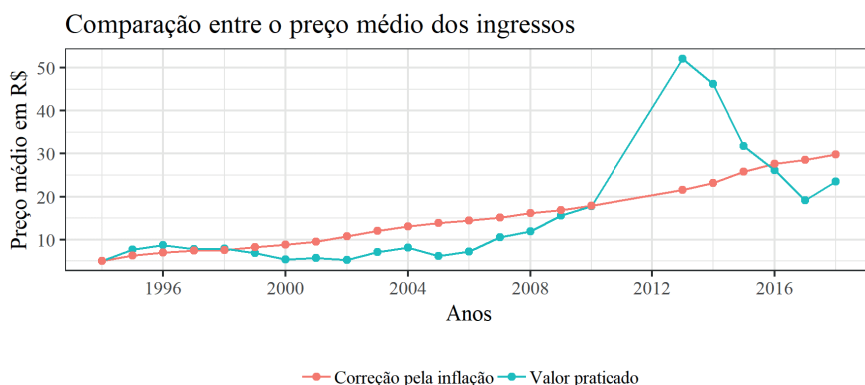


Fonte: Arquivos do autor

De um modo geral, o preço médio dos ingressos a cada ano da série ajustado para o ano base de 2018 manteve-se abaixo de R\$ 40,00, tendo como exceções os anos de 2013 e 2014. Esse gráfico teve um intuito de ilustrar, em referência ao ano base 2018, o preço médio dos ingressos. Apesar da inflação ser uma variável econômica representativa, outros parâmetros envolvem a percepção do torcedor no custo do lazer futebolístico em estádios – como renda, expectativa e vínculo clubístico. Um exemplo de renda seria a correlação entre inflação e salário mínimo. A partir dos anos 2000 o salário mínimo começa a crescer acima da inflação, o que gera um aumento no poder de compra real e, possivelmente, uma percepção de maior acessibilidade aos jogos do ponto de vista econômico.

Se separados por quadrantes, a partir do comportamento, percebemos um movimento de queda sistemática até os anos 2000. A partir de então, um período de sete anos onde os ingressos mantêm-se proporcionalmente em seus menores patamares. Em sequência um aumento até 2013, quando atinge o seu ápice e inicia-se um novo ciclo de queda. O final da série mostra uma aproximação dos valores praticados sobre esse análise com o início do período observado.

GRÁFICO 3 – Comparação entre o preço médio dos ingressos



Fonte: Arquivos do autor

No início do período de interesse, o valor do ingresso corrigido pela inflação revela-se bem próximo do valor praticado. A partir de 2000, houve uma maior diferença, ainda pequena, sendo o valor praticado menor do que o valor corrigido pela inflação. Em 2013, esse cenário é alterado, também apresentando maior discrepância entre as curvas. De 2016 a 2018, o comportamento volta a ser como no período dos anos 2000.

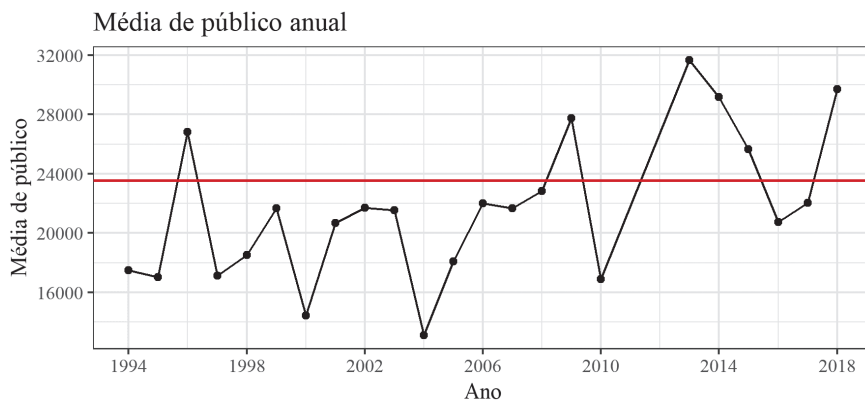
O comportamento após 2013 foi uma correção sistemática em quedas progressivas até 2018, quando então percebe-se um aumento que se aproxima da série histórica corrigida pela inflação. Esse movimento é coincidente à oscilação do público presente observada nesse mesmo período, como veremos a seguir na taxa ocupação dos estádios.

Entretanto, observou-se duas diferenças mais notórias: o valor absoluto da média cai em alguns anos, principalmente a partir de 2013 e os preços dos ingressos continuam em declínio após 2013, sem uma movimentação de correção em direção a inflação. A primeira pode ser explicada pelo preço dos ingressos de competições de maior apelo ou de estrutura eliminatória, como a Copa do Brasil e Libertadores. A segunda, pelo aumento progressivo de adesão aos programas de sócio torcedor que criam com fidelização descontos direcionados. Com isso, jogos de menor apelo do campeonato brasileiro tem sido alvo, desde 2017, principalmente pelo Cruzeiro, de uma política de preços mais dinâmica. Para efeito comparativo, o Cruzeiro tinha, no início de 2013, 16.500⁷² sócios torcedores ativos⁷³ e, em 2018, 53.496 – um aumento de aproximadamente 224%.

72 Dados disponibilizados pelo clube.

73 Essa distinção é necessária devida à grande quantidade de torcedores que constavam no banco de dados como sócio, mas que não pagava mensalidade e portanto não gozava dos direitos de desconto aplicados para fidelização do torcedor.

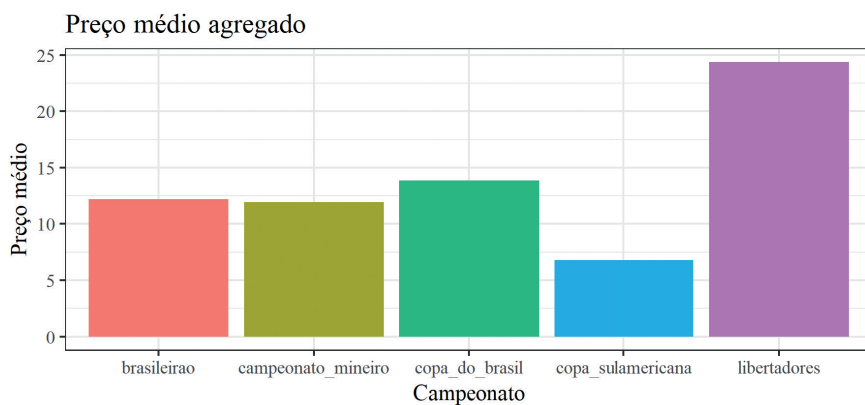
GRÁFICO 4 – Média de público anual



Fonte: Arquivos do autor

A média de público anual oscilou frequentemente entre os anos de 1994 e 2018. Sendo observado correlações que envolvem política de preços, performance da equipe e campeonatos disputados no ano. Quando pensamos em uma série histórica agregada, são limitadas as inferências gerais que não incorram em análises de casos específicos de campeonatos, ou por um período anual da equipe. Entretanto, o que podemos notar é que nos registros de maior média histórica – os anos de 2013, 2014, 2018 – a ocupação média não atinge 50% da disponibilidade do estádio. Se considerarmos a média mais observada e levar em conta a redução da disponibilidade de lugares após a reforma, as médias não ultrapassam de 30%.

GRÁFICO 5 – Preço médio agregado

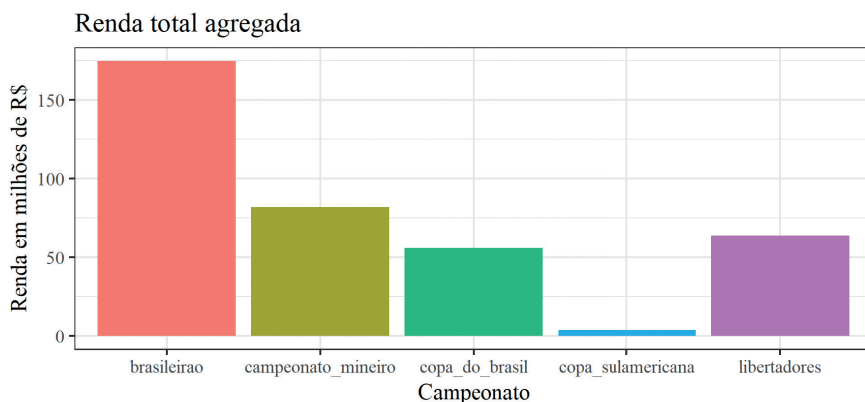


Fonte: Arquivos do autor

O gráfico de barras teve intuito de comparar a relação de forma agregada ao longo de todo o período e o preço médio dos ingressos. Ou seja, somou-se todos os preços praticados por jogo e dividiu-se pelo número de partidas. O que foi possível notar – e será percebido ao longo dos gráficos por campeonato – o lugar de destaque que a Libertadores e, em sequência, a Copa do Brasil apresentam nos valores médios praticados. A estrutura dos campeonatos com poucos jogos, modelo eliminatório e sua relevância no cenário brasileiro dimensiona a emoção e a precificação dela nessas competições. A sul-americana, já percebida como uma competição de menor apelo, mostrou consequências diretas no preço médio.

O preço médio dos ingressos da Libertadores foi superior aos demais. A diferença entre a média de preços registrada para essa competição e para a Copa do Brasil (segunda colocada) foi de aproximadamente R\$10,00. A Copa Sul-Americana, menor valor, foi a única com preço médio abaixo dos R\$10,00.

GRÁFICO 6 – Renda total agregada



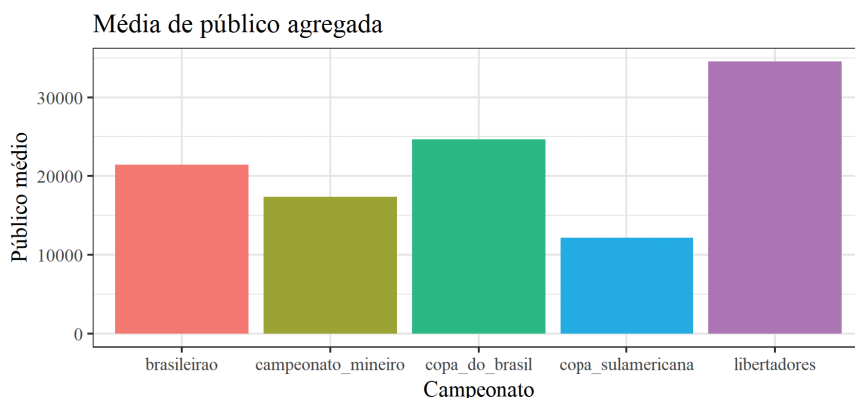
Fonte: Arquivos do autor

A renda total agregada envolve o somatório de toda a renda gerada ao longo dos vinte cinco anos por competição. A participação do campeonato brasileiro é notória, sendo mais do que o dobro da segunda observada, campeonato mineiro. Duas variáveis justificam esse cenário, a importância do campeonato e o número de jogos. Ainda que a competição tenha sofrido mudanças ao longo dos anos e mudado sua estrutura, a quantidade de partidas continua sendo a maior observada nos campeonatos. Sendo possível uma comparação com o campeonato mineiro em alguns momentos, mas na série essa diferença torna-se menos relevante

quando tratamos de todo o período. Um outro motivo do destaque dessas duas competições é seu caráter compulsório, independentemente de classificação prévia, para os mandantes principais Atlético-MG e Cruzeiro.

A maior arrecadação ao longo do estudo refere-se então ao campeonato brasileiro, devido à maior quantidade de jogos, seguido do campeonato estadual e libertadores. Há certo destaque na diferença entre o primeiro colocado e os demais. A menor renda foi da Copa Sul-Americana, uma vez que os clubes mineiros jogaram poucos jogos por esse campeonato, devido ao modelo da competição, e seu apelo de público reduzido.

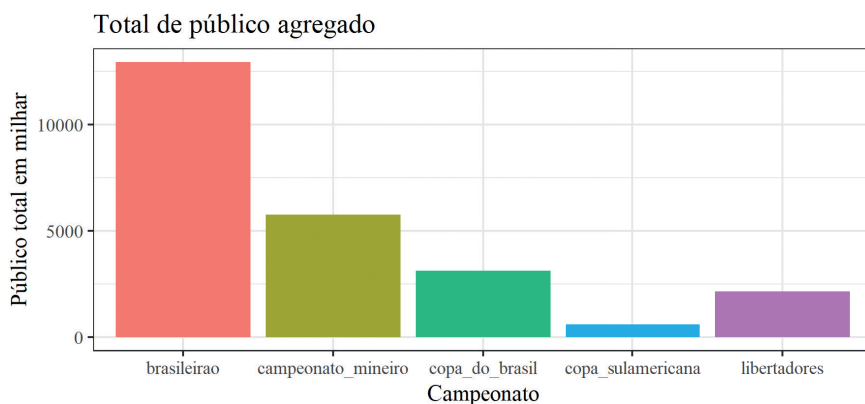
GRÁFICO 7 – Média de público agregada



Fonte: Arquivos do autor

A média de público corresponde à somatória de todos públicos de cada campeonato dividido pelo número jogos respectivos. Os apontamentos feitos com relação à média de preços corresponde ao observado nesse gráfico. A média de público ao longo dos anos foi superior a 10000 pessoas para todos os campeonatos. A maior média de público foi referente à Libertadores e a menor à Copa Sul-Americana.

GRÁFICO 8 – Total de público agregado



Fonte: Arquivos do autor

O gráfico de barras acima corresponde ao total de público somatório de todos os jogos de cada campeonato. Os apontamentos feitos com relação à renda total agregada corresponde ao observado nesse gráfico. Quando analisado o público total ao longo dos anos, o campeonato brasileiro possui valor bem superior aos demais. O segundo maior valor de público agregado diz respeito ao campeonato estadual. A Copa Sul-Americana representa o menor total de público agregado.

2.2 Brasileirão

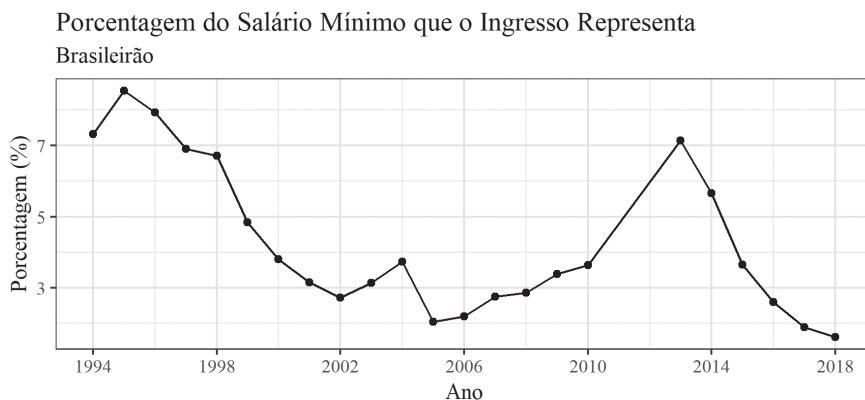
O Brasileirão ou Campeonato Brasileiro é uma competição nacional que historicamente marcou o calendário oficial da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) como a competição de maior importância no cenário nacional. Os critérios para ranqueamento⁷⁴ dos clubes utilizado pela instituição corrobora essa afirmação. O Brasileirão teve diferentes formatos e organização de calendário ao longo dos anos pesquisados. Sendo possível notar em comum em todos os campeonatos pelo menos uma etapa classificatória que justifica sua composição maior no número de jogos oficiais no ano.

Além dos gráficos básicos é importante ressaltar de antemão o comportamento do desvio padrão⁷⁵ ao longo período. Observou-se que:

⁷⁴ Ver Convenção de pontos no ranking nacional dos clubes. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/noticias/campeonato-brasileiro/palmeiras-assume-ponta-isolada-do-ranking-nacional-de-clubes-da-cbf>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

⁷⁵ O desvio padrão é uma medida de dispersão e o seu valor reflete a variabilidade das observações em relação à média. Ver BARROS, Henrique; SEVERO, Milton; LUNET, Nuno. Desvio Padrão ou Erro Padrão. Notas Metodológicas. Portugal: Porto. ArquiMed, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/am/v20n1-2/v20n1-2a08.pdf>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

GRÁFICO 9 – Porcentagem do salário mínimo que o ingresso representa no Brasileiro

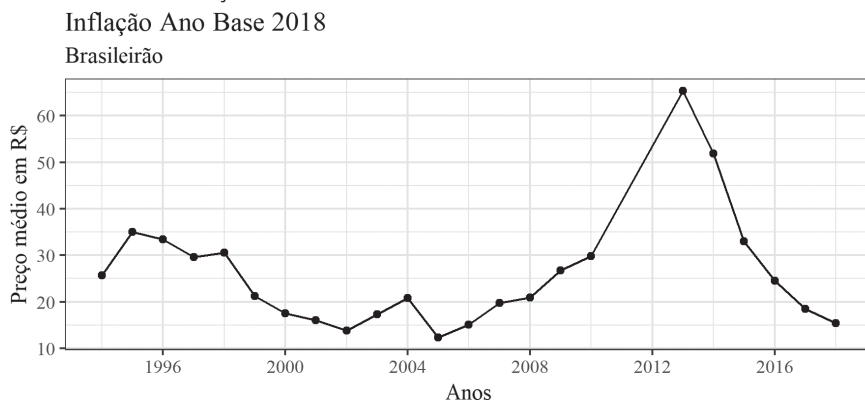


Fonte: Arquivos do autor

O comportamento do gráfico da porcentagem que o preço dos jogos do Campeonato Brasileiro representa no salário mínimo não é diferente do que quando se analisa jogos de todas as competições. Assim, ficou demonstrada uma alta proporção nos anos iniciais de estudo, e um aumento brusco quando atinge seu pico no ano de 2013, reinauguração do Mineirão após período de fechamento para reforma da Copa do Mundo. Os movimentos de oscilação observados de um modo geral foram determinados por razões diferentes, conforme mencionada para os gráficos gerais – aumento real do salário mínimo e variações no preço do ingresso.

A diferença observada para os gráficos em geral foi a queda proporcional dos valores percentuais. Isso se dá pelo caráter mais longo da competição e seus jogos de menor apelo de público.

GRÁFICO 10 – Inflação do ano base 2018 no Brasileiro

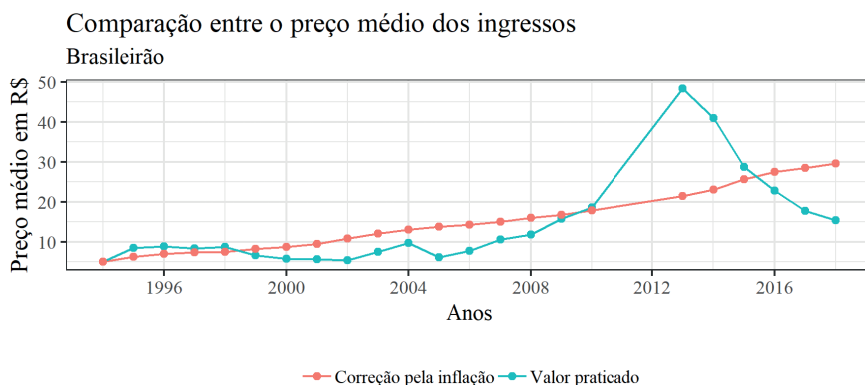


Fonte: Arquivos do autor

O preço dos ingressos no Campeonato Brasileiro segue o mesmo padrão de comportamento do agregado dos jogos em geral. A diferença observada em comparação com o gráfico da inflação demonstra a participação do salário mínimo associado à variação no preço médio dos ingressos.

O movimento descendente a partir de 1995 até 2006 é interrompido nos anos de 2003 e 2004. Essa mudança pode estar associada à mudança do modelo do campeonato para pontos corridos e a conquista de 2003 do brasileiro pelo Cruzeiro.

GRÁFICO 11 – Comparação entre o preço médio dos ingressos no Brasileiro

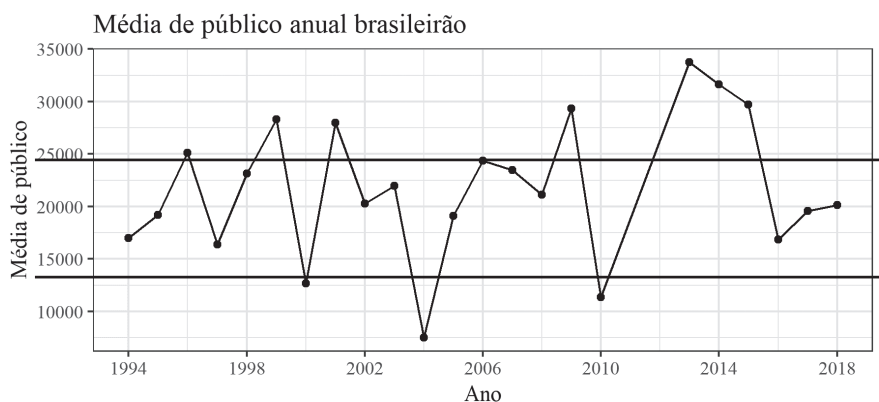


Fonte: Arquivos do autor

O gráfico acima corrobora a tese da participação determinante do campeonato brasileiro na formação da média dos preços gerais. Se analisarmos o comportamento ao longo dos anos, percebemos uma estrutura coincidente com o gráfico que leve em consideração todos os jogos do ano. Isso se dá pelo volume na participação absoluta do campeonato brasileiro no números de jogos anual, principalmente após 2003 (ano de início do modelo de pontos corridos).

Portanto, a comparação entre os preços médios do Brasileiro é muito semelhante àquela do agregado em geral. Uma das diferenças é o valor máximo, que no Brasileiro quase chega a R\$50,00 em 2013, mas nos ingressos gerais passa desse valor nesse mesmo ano. Além disso, é possível observar que na grande maioria dos anos o preço médio dos ingressos esteve abaixo da inflação corrigida ou pouco acima, excluindo mais uma vez os anos de 2013 e 2014. O desvio padrão observado durante esse período foi marcado pelas variações partir de 2010.

GRÁFICO 12 – Média de público anual no Brasileirão



Fonte: Arquivos do autor

O gráfico apresenta como limite máximo observado o ano de 2013 quando a média de público foi de 337.547. Sendo o limite mínimo em 2004 – 7.523. As médias anuais mais observadas no período foram entre 15.000 e 25.000 torcedores, sendo que cerca de 60% da média de público permaneceu nesse intervalo. Os anos que estão acima desse intervalo são: 1999, 2001, 2009, 2013, 2014 e 2015.

Os três primeiros anos citados foram marcados por um bom desempenho do Atlético Mineiro no campeonato brasileiro. Em 1999 esse time foi finalista e, em 2001, ele foi semifinalista, sendo em 2009 seu melhor desempenho no campeonato brasileiro depois da queda para a série B. Nesse último ano, o Atlético Mineiro ficou em primeiro lugar até a 31ª rodada.

O triênio 2013-2015 marcou as três melhores médias do período analisado. Três razões podem explicar esses registros, o primeiro deles trata da reinauguração do Mineirão após três anos fechado para as obras de reforma da Copa do Mundo. A reinauguração do estádio, historicamente compartilhado por Atlético e Cruzeiro, para receber novamente o campeonato brasileiro, assim como os próprios megaventos, pode ter gerado uma expectativa nos torcedores que se efetivou nessa marca. Entretanto, outros estádios que passaram por reforma e foram reinaugurados não obtiveram a mesma marca. A segunda razão trata da performance do Cruzeiro, clube que mais utilizou o Mineirão para realização dos seus jogos do campeonato brasileiro nesse período, no biênio 2013-2014. Nesse período, o Cruzeiro foi campeão brasileiro nos dois anos, permanecendo por longo período da competição de pontos corridos em primeiro lugar. E, por fim, crescimento exponencial do sócio torcedor como mecanismo de fidelização e assiduidade do torcedor.

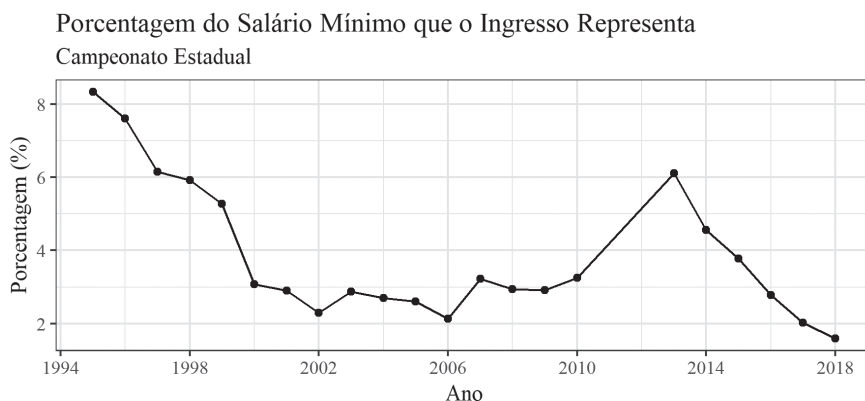
O campeonato brasileiro deixou de se estruturar em duas fases em 2003, classificatória e eliminatória. A partir desse ano, a opção feita pela CBF foi o modelo de pontos corridos. Apesar da emoção envolvida nas tradicionais finais do campeonato brasileiro, essa mudança não afetou diretamente a taxa média de ocupação dos estádios quando analisamos o período anterior e posterior à 2002.

A tese de que o desempenho da equipe determina o aumento da média de público não pode ser encarada como regra geral. Se observamos o campeonato brasileiro de 2010, o vice-campeonato do Cruzeiro não foi suficiente para posicionar a média desse ano nem no intervalo médio de 15.000 e 25.000. Esse ano foi marcado pela segunda menor média de público do período – 11.342.

2.3 Campeonato Mineiro

O campeonato mineiro é uma competição estadual organizada pela Federação Mineira de Futebol⁷⁶ (FMF). Ele passou a ter esse nome a partir de 1958 e a competição já se estruturou de diversas formas quanto ao número de clubes e calendário.

GRÁFICO 13 – Porcentagem do salário Mínimo que o ingresso representa no Campeonato Mineiro



Fonte: Arquivos do autor

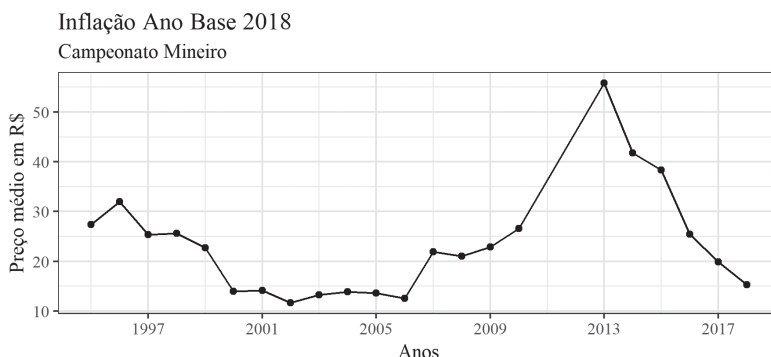
O comportamento do gráfico da porcentagem que o preço dos jogos do Campeonato Estadual representa no salário mínimo não é diferente do que quando se analisa jogos de todas as competições, tendo uma alta proporção nos anos iniciais do estudo. Porém, apesar de ter aumento considerável no ano de 2013, se analisado juntamente com o gráfico que relaciona partidas de todos os

76

Ver o site oficial da FMF – Disponível em: <http://fmf.com.br/>. Acesso em: 07 de junho de 2019,

campeonatos, teve uma alta menor. Sendo que parte desse alta pode ser justificada pelos clássicos envolvendo Atlético-MG e Cruzeiro. Se considerarmos os jogos do início da competição, que não envolvem esses times, percebemos que esses valores são ainda mais reduzidos.

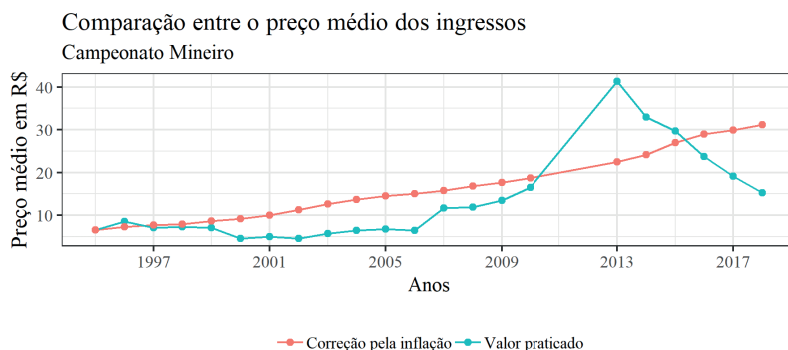
GRÁFICO 14 – Inflação ano base 2018 no Campeonato Mineiro



Fonte: Arquivos do autor

A curva dos preços médios do Campeonato Mineiro também é bastante parecida com a dos preços gerais, apresentando as mesmas características como preços mais baixos no período 2001-2005 e valor máximo em 2013. O que muda é que os preços desse campeonato são menores, uma vez que os adversário são, em sua maioria, times de menor expressão.

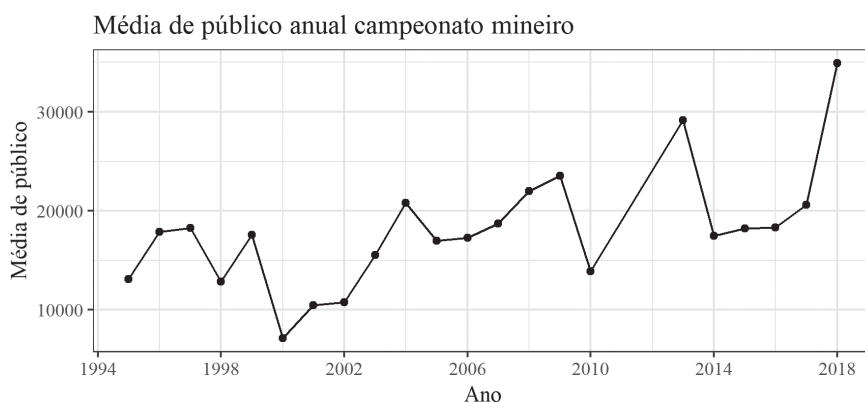
GRÁFICO 15 – Comparação entre o preço médio dos ingressos no Campeonato Mineiro



Fonte: Arquivos do autor

A diminuição do apelo dos estaduais é muito presente no debate público. Temas como a possível extinção do estadual ou a mudança de formato buscam solucionar as questões que envolvem o calendário oficial dos times brasileiros. O desenho do gráfico assemelha-se em partes com padrão observado na composição geral, com algumas diferenças importantes. O comportamento abaixo da inflação, em relação ao IPCA do período, é mais contundente proporcionalmente ao registrado em outros campeonatos e no agregado do ano. Os valores médios são menores, haja vista, por exemplo, a comparação com campeonato brasileiro durante o período de 2013 a 2018. Portanto, nesse gráfico fica claro como os preços do campeonato mineiro são menores, dado a diferença entre o valor praticado e o corrigido pela inflação, além do valor máximo não ultrapassar os R\$40,00.

GRÁFICO 16 – Média de público anual no Campeonato Mineiro



Fonte: Arquivos do autor

Como percebido no comportamento dos preços, o público médio dos estaduais são os menores registrados em relação a todos os campeonatos e agregado do ano, com exceção da copa sul-americana. Essa média ainda se mantém acima dos 15.000 torcedores na maior parte dos anos devido aos clássicos envolvendo Atlético, Cruzeiro e América. Além das finais atípicas nas quais alguns times do interior já participaram. Como por exemplo: Democrata, Caldense e Ipatinga.

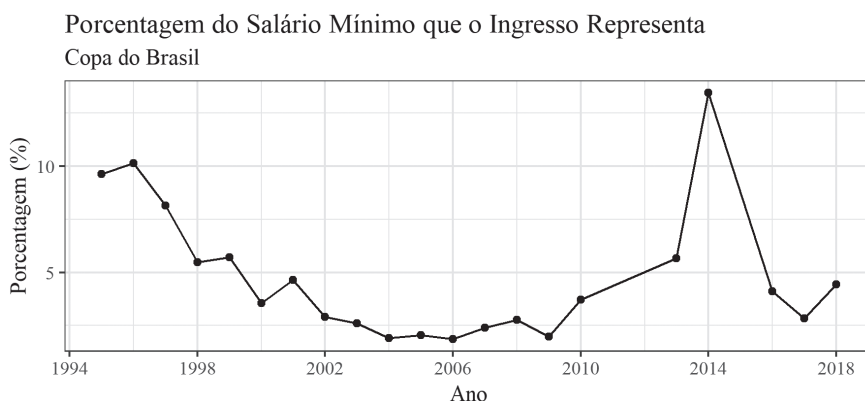
A média anual de público dos jogos do campeonato mineiro oscila constantemente. Tendo maior concentração entre 10 e 20 mil pessoas no estádio. Os anos que mais tiveram público neste campeonato foi 2013 e 2018. Em 2013, o motivo que pode ter influenciado na média é a reabertura do Mineirão após a reforma do estádio para a Copa do Mundo. Já em 2018, o possível motivo de

influência é a política de promoções feitas pelo Cruzeiro, isso é demonstrado no gráfico “Porcentagem do salário mínimo que o ingresso do Campeonato Mineiro representa ao longo do período”, já que 2018 é o ano em que o ingresso desse campeonato registrou a menor proporção em relação ao salário mínimo, sem aumento do mesmo acima da inflação.

2.4 Copa do Brasil

A Copa do Brasil é uma competição nacional organizada pela CBF. A disputa da competição ocorre no sistema eliminatório (conhecido popularmente como “mata-mata”), no qual dois times enfrentam-se, em dois jogos. Nessa competição cada equipe tem o mando de campo em uma das partidas. Historicamente, a competição foi marcada por permitir um maior alcance geográfico dos confrontos. Diferente do Brasileirão, que se divide em séries, a Copa do Brasil proporciona confrontos entre equipes de regiões do Brasil com notória assimetria entre elas.

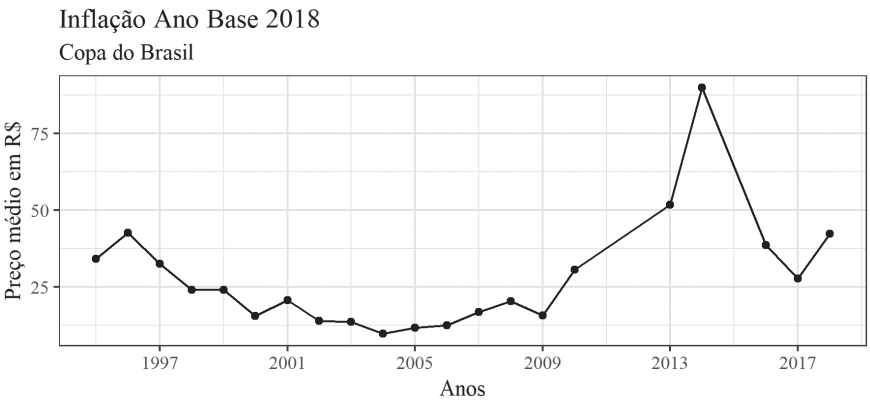
GRÁFICO 17 – Porcentagem do salário mínimo que o ingresso representa na Copa do Brasil



Fonte: Arquivos do autor

Esse gráfico mostra que a proporção que o preço do ingresso dos jogos da Copa do Brasil representa no salário mínimo diminuiu ao longo dos anos. Contudo, no ano de 2014, ano em que teve a final entre dois rivais no estádio, a porcentagem do salário mínimo que o preço médio do ingresso representou ultrapassou os 10%.

GRÁFICO 18 – Inflação ano base 2018 na Copa do Brasil

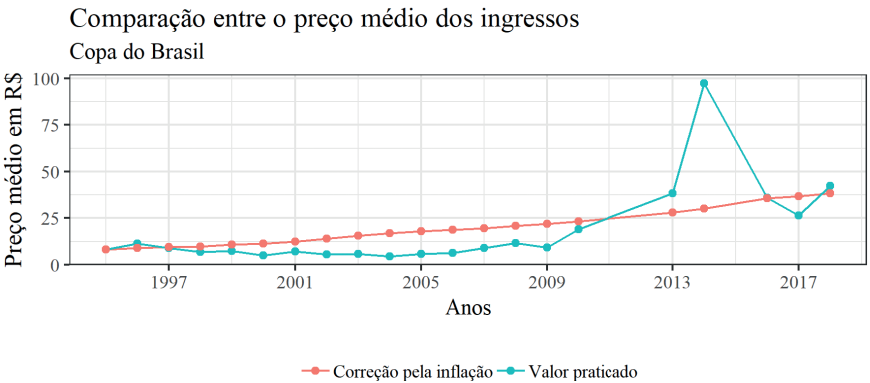


Fonte: Arquivos do autor

Neste gráfico temos uma observação diferente dos demais campeonatos: o ano de valor máximo. No caso da Copa do Brasil, o ano de valor máximo foi 2014 e isso pode ser facilmente explicado pelo fato de que neste ano ambos os times mineiros viviam grandes fases e chegaram juntos na final desse campeonato pela primeira vez na história, o que fez com que o preço médio atingisse valores muito maiores do que em outros anos.

Além disso, a formação de preços dinâmicos, variando de acordo com o apelo da partida, já está consolidado desde 2013.

GRÁFICO 19 – Comparação entre o preço médio dos ingressos na Copa do Brasil

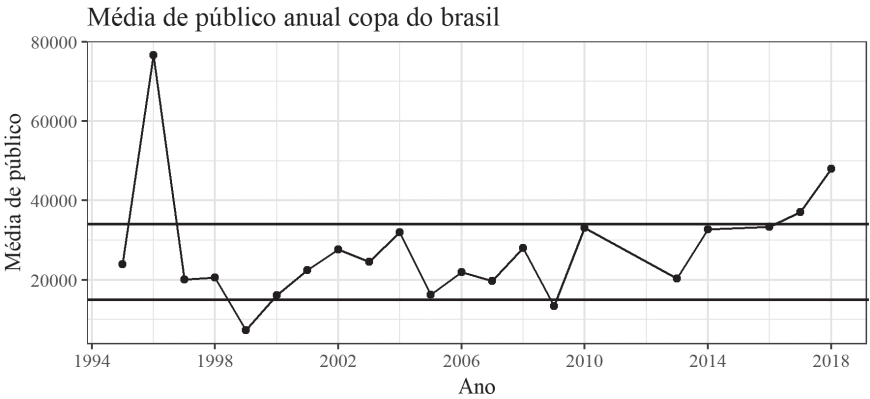


Fonte: Arquivos do autor

A Copa do Brasil assemelha-se em partes às outras competições no comportamento geral. A distorção observada em 2014, em relação a todos os outros anos, deu-se pelos jogos decisivos a partir das quartas-de-final, envolvendo o Atlético Mineiro. Como a Copa do Brasil é uma competição de caráter eliminatório, com poucos jogos, a sensibilidade de uma partida na média anual é muito alta. Nesse caso, a média de público foi alta e os jogos envolviam históricos rivais. Sendo ano de Copa do Mundo e vindo de uma conquista da libertadores em 2013, os preços atingiram marcas históricas. Como exemplo, podemos citar o público e a renda de cada jogo das etapas finais.

TABELA 1 - Público e renda de cada jogo das etapas finais da Copa do Brasil de 2014				
Mandante	Visitante	Público	Renda	Preço Médio
Atlético Mineiro	Flamengo	41.352	R\$4.615.660,00	R\$111,61
Cruzeiro	Atlético Mineiro	40.238	R\$7.855.510,00	R\$ 197,63
Fonte: Arquivos do autor				

GRÁFICO 20 – Média de público anual na Copa do Brasil



Fonte: Arquivos do autor

A Copa do Brasil é uma competição que historicamente atraiu os torcedores por sua estrutura eliminatória. A média de quase todos os anos posicionou-se entre 20.000 e 35.000 torcedores. As médias que superaram o intervalo máximo mais observado foram os anos de melhor desempenho do Atlético e do Cruzeiro.

Como exemplo, podemos citar os anos de 2014, 2017 e 2018. A reta ascendente de público registrada a partir de 2013 pode ser explicada pelos efeitos já mencionados, envolvendo a copa do mundo, mas o que diferencia do comportamento dos outros campeonatos é o desempenho das equipes mineiras.

Desde 2014, com a exceção de 2015, todas as finais da Copa do Brasil envolveram pelo menos Atlético ou Cruzeiro. Sendo que ao final de 2014 aconteceu entre as duas equipes. As marcas acima de 40.000 torcedores foram registradas em 2018, ano em que o Cruzeiro foi bicampeão da Copa do Brasil. Já em 1996, o registro que destoava de todo o resto, média de 76.588 torcedores por jogo, ocorreu devido à ausência dos jogos do início da competição. O Mineirão recebeu apenas a semifinal e final, quando o Cruzeiro foi campeão.

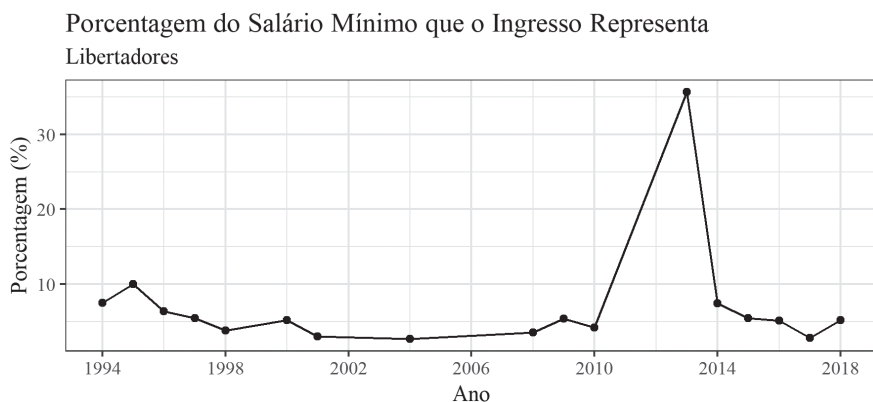
TABELA 2 – Semifinal e final da Copa do Brasil 1996				
Mandante	Visitante	Público	Renda	Preço Médio
Cruzeiro	Flamengo	84414	R\$729.207,50	R\$8,64
Cruzeiro	Palmeiras	68763	R\$966.415,00	R\$14,05
Fonte: Arquivos do autor				

2.5 Libertadores

A Copa Libertadores da América é a principal competição de futebol entre clubes profissionais da América do Sul, organizada pela Confederação Sul-Americana de Futebol (CONMEBOL)⁷⁷ desde 1960. A competição teve vários formatos diferentes ao longo de sua história, mas observa-se um padrão ao longo dos anos da pesquisa, em que a competição tem um formato inicial de grupos classificatórios e, em seguida, o regime eliminatório.

⁷⁷ Ver o site oficial da CONMEBOL – Disponível em: <http://www.conmebol.com/>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

GRÁFICO 21 – Porcentagem do salário mínimo que o ingresso representa na Libertadores

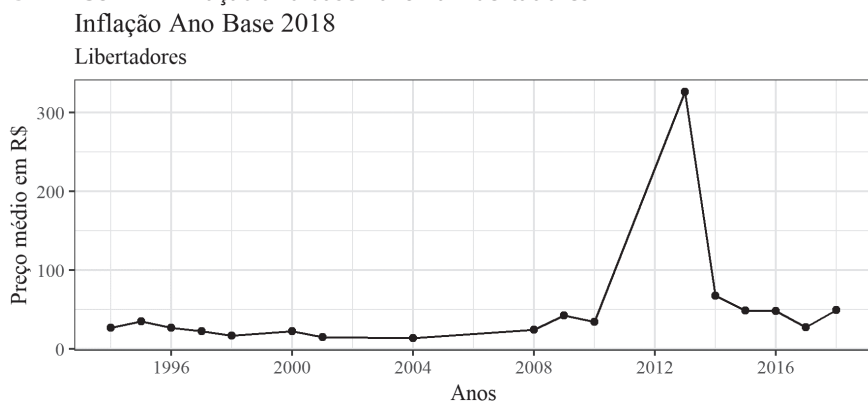


Fonte: Arquivos do autor

Este gráfico mostra que a proporção que o preço do ingresso dos jogos da Libertadores representa no salário mínimo diminuiu entre os anos de 1995-1998 e 1999-2008. Persiste a justificativa da posição elevada no início da série devido ao contexto macroeconômico do país refletido no poder de compra do salário mínimo.

Contudo, no ano de 2013, ano em que o Atlético ganhou a competição, sediando a final no Mineirão, à proporção que o preço médio dos ingressos representou no salário mínimo superou os 30%. Comparando com 2009, ano que teve uma outra final da competição no estádio, o preço do ingresso representou, em torno de, 5% do salário, já em 2013 a proporção ultrapassou os 30%.

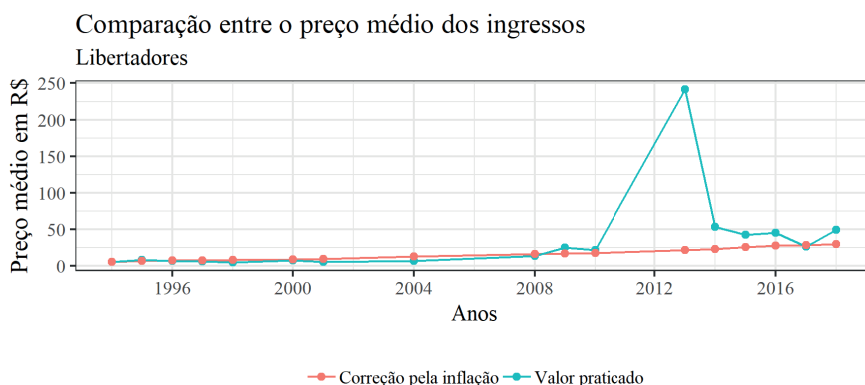
GRÁFICO 22 – Inflação ano base 2018 na Libertadores



Fonte: Arquivos do autor

Neste gráfico podemos ver outra peculiaridade. Dessa vez o ano que alcançou o máximo é o mesmo dos ingressos gerais (2013). Entretanto, a curva mostra aparentemente valores constantes para todos os valores observados, com exceção de 2013, que se destaca muito em relação aos demais. Isso é explicado pelo fato de que nesse ano o Atlético conquistou a taça Libertadores, o que levou um grande público ao estádio e o preço médio dos ingressos foi R\$ 250,65. Essa distorção gráfica gera uma dificuldade na percepção das diferenças ocorridas nos outros anos. As Libertadores a partir de 2009 mantiveram-se com preço médio referenciado ao ano base 2018 entorno de R\$ 50,00. Diferente dos anos anteriores que se observa valor próximo à R\$ 25,00.

GRÁFICO 23 – Comparação entre o preço médio dos ingressos na Libertadores



Fonte: Arquivos do autor

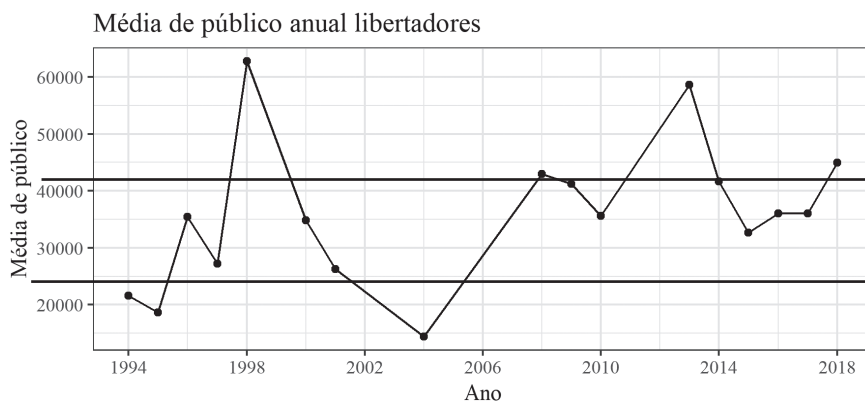
A competição de maior apelo internacional é a Libertadores, da qual os times brasileiros participam todos os anos. O critério de participação alterou-se ao longo dos anos, mas no geral trata-se dos clubes de melhor desempenho nos campeonatos nacionais. O que se observou até 2010 (ano de fechamento do Mineirão para reforma da Copa do Mundo) foi um comportamento dos preços compatíveis com a inflação do período. Diferente de todos os outros campeonatos, a Libertadores manteve-se referenciada a inflação até 2010.

Conforme observado em outras competições, o ano de 2013 foi responsável por uma distorção devido à conquista da Libertadores pelo Atlético. Sendo a Libertadores uma competição de poucos jogos, somado ao uso do Independência pelo Atlético durante toda a competição e ausência do Cruzeiro nesse ano, um único jogo foi registrado no Mineirão, a final. O jogo foi responsável pelo atual recorde de arrecadação de um jogo disputado por clubes no Brasil.

TABELA 3 – Final da Libertadores 2014				
Mandante	Visitante	Público	Renda	Preço Médio
Atlético Mineiro	Olímpia	56557	R\$14.176.146,00	R\$250,65
Fonte: Arquivos do autor				

Após o ano de 2013, o final do período analisado, demonstrou uma média de R\$ 49,37 no preço dos ingressos. O que significa que, diferente dos outros campeonatos, a Libertadores mantém os preços em patamares superiores à correção histórica da inflação.

GRÁFICO 24 – Média de público anual na Libertadores



Fonte: Arquivos do autor

A Libertadores é uma competição na qual apenas os melhores times de um ano classificam-se para o ano subsequente. Por isso, diferente das outras competições nacionais e estaduais, nem todos os anos apresentam registros de jogos. Além disso, é uma competição com pouco jogos. Esse cenário faz com que a média de público se torne sensível a momentos específicos ou desempenho do clube, como a participação de um time nas etapas finais. Como exemplo, podemos perceber que as duas maiores médias foram de anos nos quais ocorreram apenas um jogo no Mineirão. Outro cenário foi o ano de 2004, pior média da série, quando o Cruzeiro foi eliminado no início da competição e os jogos classificatórios não atraíram o público.

A média anual de público presente nos jogos da Libertadores tem uma oscilação maior de ano a ano do que a de outros gráficos. Os anos com maiores médias de público foram 1998 e 2013, com valores próximos a 60 mil pessoas. O que foge

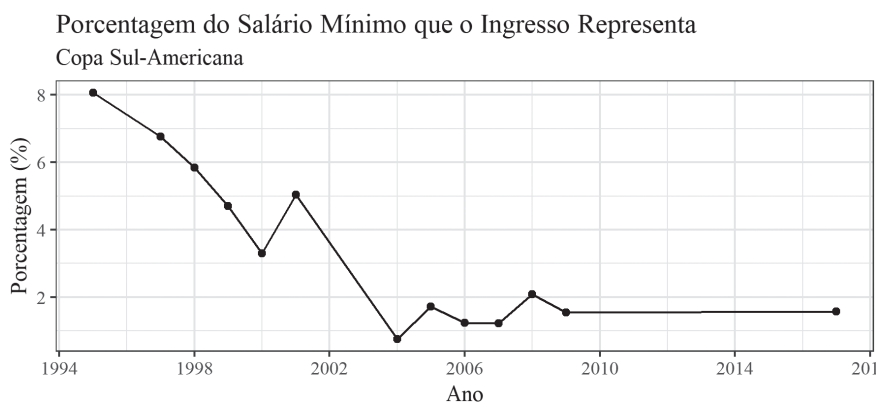
à regra é que em 1998, ao contrário do que vinha sendo observado em todos os gráficos, não teve nenhum representante de Minas fazendo uma boa campanha.

O intervalo da média de público mais observada foi entre 30.000 e 45.000, o maior valor registrado se comparado aos outros campeonatos. Ainda que a Libertadores tenha a característica de poucos jogos, a relevância da competição é expressa na média histórica de público agregado.

2.6 Copa Sul-Americana

A Copa Sul-Americana é o segundo torneio a nível de clubes organizado pela CONMEBOL⁷⁸. Começou a ser disputada em 2002 com esse nome, sendo utilizado outros nomes nos anos anteriores, como por exemplo Copa Conmebol. A partir do ano 2005, decide convidar equipes da CONCACAF (Confederação de Futebol da América do Norte, América Central e Caribe) no qual aumenta o nível futebolístico. O torneio se disputa na segunda metade do ano. A classificação para essa competição é definida pelos critérios impostos pela CBF.

GRÁFICO 25 – Porcentagem do salário mínimo que o ingresso representa na Copa Sul-Americana

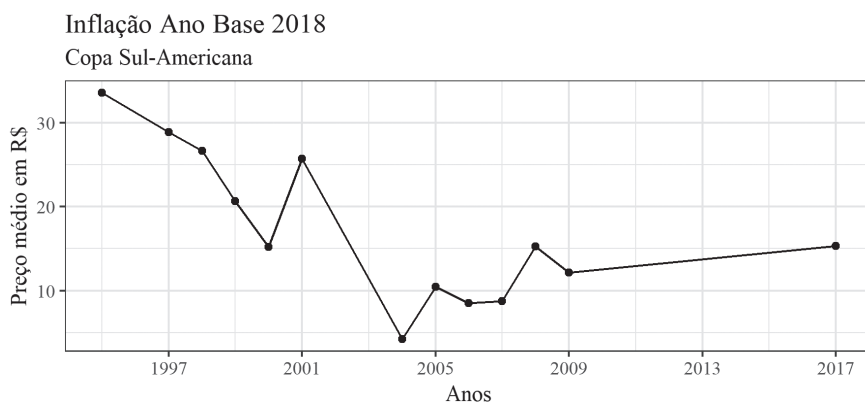


Fonte: Arquivos do autor

Nesta competição ocorrem poucas oscilações no gráfico da porcentagem do salário mínimo que o ingresso representa, sendo possível observar uma reta, muito próxima de ser uma reta linear, decrescente dos anos 1995 a 2000, variando de 8% a 3% o valor que o ingresso do jogo da Sul-Americana representou no salário.

78 Ver site oficial da competição – Disponível em: <http://www.conmebol.com/pt-br/copa-sul-americana2015-pt>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

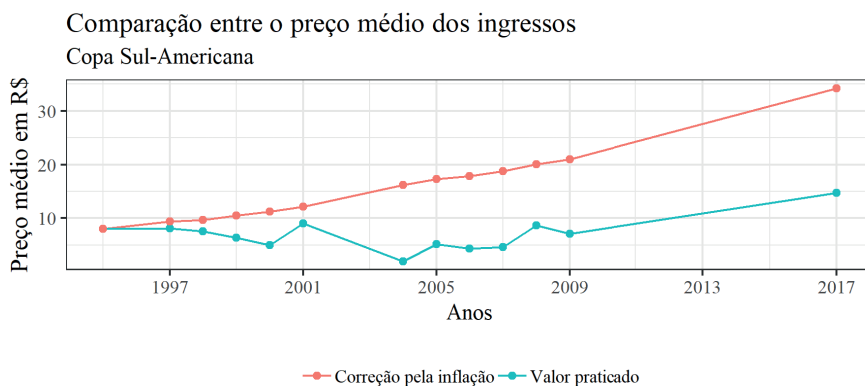
GRÁFICO 26 – Inflação ano base 2018 na Copa Sul-Americana



Fonte: Arquivos do autor

Este é outro gráfico que nos mostra uma situação atípica: o preço dos ingressos decaiu (não linearmente) ao longo dos anos observados. Entretanto, esse campeonato possui poucas observações devido às mudanças ocorridas na competição ao longo dos anos e a não participação dos times mineiros em alguns anos. Cabe ressaltar que a não participação em 2013 e 2017 ocorre pela participação na Libertadores e classificação para fase eliminatória, o que impede o time de participar da Sul-Americana.

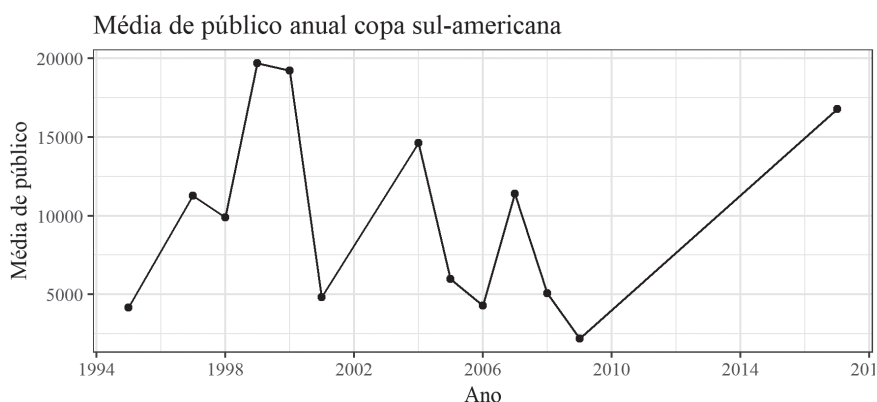
GRÁFICO 27 – Comparação entre o preço médio dos ingressos na Copa Sul-Americana.



Fonte: Arquivos do autor

A Copa Sul-Americana tem o comportamento mais atípico de todas outras competições analisadas separadamente. Sendo um agregado de competições internacionais de importância inferior à Libertadores, esses números demonstram que, do ponto de vista econômica, os preços dos ingressos sempre se posicionaram abaixo da inflação do período. Ou seja, em toda série histórica o valor nominal dos ingressos estava sempre inferior ao valor real. Além disso, é possível notar que o preço médio observado é o mais baixo em comparação a todos os outros campeonatos, inclusive do estadual.

GRÁFICO 28 – Média de público anual na Copa Sul-Americana



Fonte: Arquivos do autor

Como observado no preço médio dos ingressos, a expectativa e a demanda também levaram o campeonato a posicionar-se com a menor média de público. O valor máximo atingindo foi 19.695 em 1999, sendo que o valor mínimo, 2.197, em 2009. Cabe ressaltar que a competição tem estrutura eliminatória com poucos jogos, obedecendo a regra da sensibilidade vista em outras competições como a Libertadores.

A média de público anual da Copa Sul-Americana mostra bem mais oscilações entre os anos do que os demais gráficos. Isso ocorre, conforme dito, pelo baixo número de observações e o vácuo de vários anos para a ocorrência do campeonato. As médias estão concentradas no intervalo de 5 a 15 mil pessoas por jogo da competição.



CAPÍTULO III

ECONOMIA, LAZER E EMOÇÃO

O objetivo deste segundo momento é apresentar a correlação de três conceitos, os quais servem como base para refletir sobre os resultados e dialogar com objeto da pesquisa – lazer, emoção e economia do entretenimento. Além disso, alguns elementos específicos, que emergem dessa discussão, e que permearam a análise: indústria do entretenimento, direitos sociais, limites e responsabilidades do poder público, microeconomia e o torcer em estádios. Para esta etapa, portanto, buscou-se apresentar os pressupostos teórico/conceituais envolvidos na análise.

Parte-se da ideia de que o futebol, e mais especificamente o seu fruir em estádios, é um campo de disputa. Na medida em que se insere de forma complexa no contexto social, sendo apropriado de diferentes formas por diferentes sujeitos

Historicamente, construíram-se representações e imaginários culturais, formações identitárias aliaram-se a projetos políticos em prol de uma brasilidade anunciada, iniciativas mercadológicas e midiáticas emergiram e ganharam força no jogo que se estende para além das quatro linhas. (SOUTO MAYOR e SILVA, 2014, p.74)

3.1 Lazer e Emoção

O conceito de lazer e suas aproximações com o futebol estabeleceram, como dito, os pressupostos analíticos pelos quais se pretendeu refletir sobre o custo do lazer futebolístico. As discussões no campo do lazer que se debruçam na delimitação conceitual do termo são extensas cabendo para o momento a definição de Gomes.

O lazer como uma dimensão da cultura formada por meio das vivências lúdicas de diferentes práticas culturais em um tempo/espaço conquistado pelo indivíduo ou grupos sociais, a partir de relações dialéticas entre as necessidades e obrigações sociais. Além disso, o sujeito é capaz de prover significados às atividades de lazer e aproximar-se da busca da excitação ou prazer (GOMES, 2004).

Desse modo, Lages e Silva (2012, p.10) estabelecem como principal elo entre futebol e o lazer a dimensão da cultura. Esta atua como um ponto de inserção entre as manifestações culturais, dentre elas o futebol, que por sua vez, possibilita diferentes vivências e experiências como momentos de lazer.

O campo do lazer apresenta duas dimensões, as quais também se conectam com o futebol: sua característica multidisciplinar e suas possibilidades de apropriação. A multidisciplinariedade nasce com a própria construção dos interesses de pesquisa.

Os estudos sobre a temática do lazer no Brasil, de forma geral, buscam fundamentos teóricos nas ciências humanas e sociais. Inicialmente, despertam o interesse de sociólogos e educadores, mas hoje em dia, constatamos o envolvimento de profissionais de diversas formações: arquitetos; administradores;

antropólogos; economistas; geógrafos; historiadores; professores de educação física e profissionais do turismo, entre vários outros, revelando que o lazer é uma temática multidisciplinar e, por essa razão, pode ser estudada e desenvolvida em diferentes perspectivas (GOMES et al, 2010, p. 22).

Essa multidisciplinariedade transforma em transdisciplinariedade e interdisciplinaridade na medida em que o campo do lazer começa a tratar das fronteiras e conexões mais complexas envolvendo os objetos de pesquisa. Dessa forma, como estruturação do próprio campo, assim como do futebol, observamos um espaço de disputa ampliado, em sua expressão material e análise empírica. Como bem observam Gomes e Faria (2005), no lazer coexistem lógicas diferentes ao mesmo tempo. Sua trama cultural evidencia que é tempo/espaço de manifestação do tradicional e da novidade, de conformismo e resistência. Sua ambiguidade indica que ora é mera reprodução da ordem social, ora totalmente produtor do novo.

Tais reflexões revelam que o lazer é o complexo, permeado de conflitos, tensões, ambiguidades e contradições. Nessa direção, o lazer representa um fenômeno sociocultural que se manifesta em diferentes contextos (histórico, social, político etc), de acordo com os sentidos/significados (GOMES et al, 2010, p. 25).

A cultura tem como um dos campos de análise, para se pensar nas conexões com futebol, a emoção. Para Rezende e Coelho (2010) duas questões fundam esse campo: o primeiro trata-se do debate em torno da natureza das emoções: são elas biológicas ou culturais? E o segundo, o problema fundamental dessa área: a emoção é um estado individual ou social? As autoras apresentam uma perspectiva que vincula as emoções à estrutura social, enfatizando em particular seu potencial micropolítico, ou seja, de expor e afetar as relações de poder e hierarquia de um modo amplo.

A convicção de que os sentimentos têm uma natureza universal faz parte do senso comum ocidental, que os considera um aspecto da natureza humana marcado pelas ideias de “essência” — no sentido de uma universalidade invariável — e de “singularidade” — como algo que provém espontaneamente do íntimo de cada um. Fazer uma “antropologia das

emoções” é colocar em xeque essas convicções, tratando-as como “representações” de uma dada sociedade; construir as emoções como um objeto das ciências sociais é inseri-las no rol daquelas dimensões da experiência humana as quais, apesar de concebidas pelo senso comum como “naturais” e “individuais” — a exemplo da sexualidade, do corpo, da saúde e da doença etc. —, estão muito longe de serem refratárias à ação da sociedade e da cultura (REZENDE e COELHO, 2010, p.45).

Partindo desse ponto de vista, os sentimentos envolvidos no futebol são aqui entendidos como tributários das relações sociais e do contexto cultural em que emergem. Essa abordagem contextualista feita por Rezende e Coelho (2010) tem duas preocupações: mostrar como o próprio significado das emoções varia dentro de um mesmo grupo social, dependendo das circunstâncias em que se manifestam, e atentar para as consequências da expressão dos sentimentos nas relações sociais e de poder.

O objetivo dessa discussão para a presente pesquisa é perceber a emoção como uma dimensão da cultura na qual produz significados, os quais são compartilhados por sujeitos em um dado contexto. Esse reconhecimento estruturado em símbolos e ancorado em relações de poder é o eixo principal que conecta futebol, lazer e economia do entretenimento.

(...) os conceitos de emoção implicam negociações sobre a definição da situação e sobre vários aspectos da vida social, devendo ser vistos como elementos de práticas ideológicas locais. Com isso, as emoções passam a ser tomadas como um idioma que define e negocia as relações sociais entre uma pessoa e as outras (Lutz e White, 1986 apud Rezende e Coelho, 2010).

O que nos interessa compreender é que a emoção produzida historicamente no futebol ocorreu através das práticas culturais que envolveram o torcer em estádios. Os rituais observados ao longo tempo, construídos a cada jogo, capilarizaram-se dinamicamente de formas distintas em cada momento, para cada torcedor. Entretanto, o fio condutor dessa experiência é a emoção⁷⁹, é

79 A emoção é objeto de diversas áreas do conhecimento, podendo citar por exemplo a biologia evolutiva; a neurociência e a psicologia. Nesse contexto de pesquisa a cultura e a antropologia das emoções são, do ponto de vista teórico, vistos com maior relevância para se estudar o futebol e o lazer. Sendo a opção epistemológica escolhida para olhar para o futebol através da emoção.

através dela que conseguimos pensar nos propósitos envolvidos nesse universo de sujeitos e instituições que se relacionam com futebol.

A emoção pode ser vista como uma experiência, uma prática ou um estado do mundo afetivo que produz certos significados dentro do universo do torcer em estádios. Sendo que a compreensão de sua integridade como prática é proporcionalmente limitada ao grau de imersão do sujeito. Ou seja, não estamos falando de tempo de exposição ou puritanismo daqueles que podem trazer para si o direito exclusivo do como torcer em estádios, mas de sujeitos que vivenciaram e vivenciam elementos considerados importantes por esse contexto, reconhecendo sempre o caráter dinâmico da cultura, e, consequentemente, dos modos de vivenciar e produzir a emoção no torcer em estádios.

3.2 Economia do Entretenimento

A economia do entretenimento é um caminho de vanguarda na economia. A sua estruturação como objeto e seus pressupostos epistemológicos compõem o movimento desse campo em formação. O economista Fábio de Sá Earp ressalta essa condição e traz as suas impressões do diálogo com o lazer⁸⁰.

(...) mapear alguns traços de um ramo da economia ainda incipiente mas com grande capacidade de expansão. E mais, um ramo que não foi poluído pelo formalismo da moda, constituindo-se em um espaço intelectual aberto a novos estudos e com fronteiras mal definidas. O escopo da Economia do Entretenimento é tão amplo quanto os estudos encontrados nos congressos de Estudos de Lazer (Leisure Studies) – encontros multidisciplinares, onde a economia tem que lutar por seu lugar (EARP, 2002, p. 17).

O primeiro desafio colocado por um campo em construção trata do seu objeto. A determinação dos limites nos quais a economia do entretenimento vai se debruçar é um fator determinante para o avanço nas pesquisas e produções acadêmicas. De acordo com Earp (2002), a economia do entretenimento deve, antes de mais nada, olhar para as formas nas quais as pessoas usam o tempo que não estão trabalhando para se divertirem, e a partir de então refletirem sobre seus desdobramentos.

80 Earp, F.S.S.. O que é economia do entretenimento? In: Fábio Sá Earp. (Org.). Pão e Circo. Fronteiras e Perspectivas da Economia do Entretenimento. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002, v. , p. 17-40. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/o_que_e_a_economia_do_entretenimento.pdf

(...)quando esta diversão é gratuita e quando exige dispêndio de dinheiro; como algumas firmas ganham este dinheiro vendendo todo o tipo de produto e de serviço; finalmente, como esta atividade das firmas se transforma em encomendas, em renda e em empregos. Esta busca nos conduz a um universo que comporta diversas abordagens, segundo o agente econômico que escolhermos para acompanhar no início de nossa jornada, o consumidor ou a firma.

Sendo a economia um estudo da humanidade nas atividades comuns da vida⁸¹, Earp (2002) chama atenção para dois âmbitos possíveis de análise das relações econômicas envolvendo entretenimento: a microeconomia e a macroeconomia. Em suas palavras, quando ele diz sobre firmas, consumidores, produtos e serviços envolvendo o entretenimento, o autor destaca uma das centralidades da análise econômica: a estrutura e mecanismo do fluxo de mercadorias. Entendendo, nesse caso, mercadorias como bens duráveis, não-duráveis e serviços. O conceito de microeconomia e macroeconomia é trazido por Mankiw quando o autor separa o campo da economia em duas esferas analíticas – também compartilhadas pela economia do entretenimento.

O campo da economia está dividido tradicionalmente em dois subconjuntos amplos. A microeconomia é o estudo da tomada de decisões individual de famílias e empresas e sua interação em mercados específicos. A macroeconomia é o estudo de fenômenos que englobam toda a economia. Um microeconomista pode estudar os efeitos do controle dos aluguéis sobre a moradia de Nova York, o impacto da concorrência estrangeira na indústria automobilística dos EUA(...) Um macroeconomista pode estudar o endividamento do governo federal, e evolução da taxa de desemprego ao longo do tempo, ou diferentes políticas destinadas a aumentar o padrão vida (MANKIW, 2001, p.27)

Se pensarmos em exemplos do universo da economia do entretenimento poderíamos citar como análise microeconômica o preço das entradas de cinema por um dado período e o índice de ocupação das salas. Já na macroeconômica seria, por exemplo, o número de empregos diretos e indiretos gerados

81 Frase escrita pelo economista Alfred Marshall no livro *Princípios de Economia* e resgatado por Gregory Mankiw na obra – *Introdução à Economia*.

pelo setor de turismo de um dado país. Ou mesmo a participação do serviços turístico no cálculo do PIB (Produto Interno Bruto). É importante ressaltar que essa divisão permite uma melhor compreensão dos fenômenos econômicos, entretanto, micro e macroeconomia estão muito correlacionados. Uma vez que as mudanças na economia como um todo surgem de decisões de milhares de indivíduos, é impossível entender os fatos macroeconômicos sem considerar as decisões microeconômicas associadas. Como ressaltava Mankiw (2001), um macroeconomista pode estudar as consequências de uma redução de imposto de renda sobre a produção de bens e serviços de um país. Para tanto, terá que considerar como a redução do imposto afeta as decisões das famílias acerca do quanto gastar em bens e serviços.

Em meio a multiplicidade de objetos possíveis de se analisar e a necessidade de organizar certos limites e fronteiras de pesquisa, Earp (2002) identificou quatro grandes temas internos ao campo da economia do entretenimento: tempo, turismo, esportes e cultura.

O primeiro destes temas é o da economia do uso do tempo, consagrado desde o final do século XIX pelo sucesso de obras como as de Veblen, Lafargue e Russel, quando a luta pela redução da jornada de trabalho ocupava grande parte da agenda política. Um outro tema óbvio é o turismo, o mais estudado de todos, principalmente a partir do momento em que o volume de negócios levou à fundação de associações nacionais e internacionais, com destaque para a WTO. Igualmente fácil de recortar é a economia do esporte, que começa a ganhar espaço nos trabalhos acadêmicos. Não tão simples de definir como os anteriores é a economia da cultura, que abarca uma grande quantidade de atividades bastante distintas (EARP, 2002, p. 27).

A separação metodológica permitiu ao autor identificar estudos de caso que exemplifiquem os contornos dessas subáreas. Outros autores como John Tribe – “Economia do Lazer e do Turismo”⁸² – e Fraçoise Benhamou – Economia da Cultura – produziram discussões conceituais e análises empíricas que serviram como base para analisar as transformações do preço dos ingressos no estádio Mineirão.

82 TRIBE, John. Economia do lazer e do turismo. Trad. de Maria Claudia Pires Lopes. 2. ed. São Paulo: Manole, 2003.

3.3 Lazer e direitos sociais

Emerge dessa tríade conceitual que estrutura a presente pesquisa três discussões pertinentes.

A primeira delas sobre o lazer como direito social⁸³, o qual foi reconhecido juridicamente pela constituição federal de 1988.

Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição (...).IV - salário mínimo, fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender a suas necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo, sendo vedada sua vinculação para qualquer fim;

Essa ponderação jurídica justifica-se pela forma de estruturação do Estado brasileiro, que não sendo consuetudinária, reconhece o valor prescritivo do ordenamento legal.

A Constituição ocupa na tradição do liberalismo um lugar de garantia dos direitos individuais fundamentais - liberdade e igualdade formal, entendida no campo do Direito como liberdade negativa. A superação desse paradigma do estado liberal, frente aos conflitos advindos da desigualdade material, das demandas sociais e políticas, resultou na configuração dos direitos sociais. Nesse cenário, a Constituição passa a ocupar, de forma normativa, um papel dirigente das políticas públicas, orientando, principalmente o executivo, nas ações que busquem a justiça social.

Os direitos sociais previstos no artigo 6º, oriundos desse papel ativo do Estado, é prescritivo. Entretanto, a Constituição da República Federativa do Brasil, apesar de considerada uma das mais descritivas e completas, não apresenta detalhamentos da maneira pela qual o Estado vai, de fato, promover

83 Para a história da inserção do lazer como direito social e a necessidade de se olhar criticamente sua entrada na constituição ver SANTOS, F. C.. PROCURANDO O LAZER NA CONSTITUINTE: SUA INCLUSÃO COMO DIREITO SOCIAL NA CONSTITUIÇÃO DE 1988. Movimento (UFRGS. Impresso), v. 20, p. 1305, 2014. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/Movimento/article/viewFile/43785/32481>. Acesso em: 06 de junho de 2019. O artigo é resultado da pesquisa de mestrado da autora Flávia Santos no qual cabe ressaltar a importância de se olhar para a fundação da nossa constituição de forma a perceber as relações de poder envolvidas no processo e a necessidade ainda mais latente da luta para efetivação de direitos.

cada um desses direitos sociais. Tendo em vista que, do ponto de vista de sua legitimidade, o Estado não pode mais ser visto como balizador ético da sociedade, exige-se dos legisladores, da sociedade civil organizada, dos gestores públicos, profissionais do direito, da academia e de outros atores sociais a necessidade de reivindicação e disputas do(s) sentidos(s) que devem assumir tais direitos sociais. Fato que endossa uma superação tanto do Estado Liberal, quanto do Estado de Bem-Estar Social⁸⁴.

O lazer aparece como termo prescrito apenas nesse momento da Constituição, sendo observado em outras legislações infraconstitucionais e de diretrizes orçamentárias. Para a presente pesquisa essa discussão serve como um estímulo para pensar os limites do público e do privado que envolvem o futebol e o torcer em estádios como possibilidade e dimensão do lazer.

Não sendo para o momento o delineamento completo das relações jurídicas que envolvem nossa tema, o relevante é pensar até que ponto o estado influencia ou deve influenciar na economia do entretenimento e, mais especificamente, no torcer em estádios. O fato de ser proprietário do estádio Mineirão e estabelecer uma parceria público privada de concessão de uso é um fato ocorrido após a reforma para a Copa do Mundo, o que demonstra que tipo de relação o estado – ou seu momento de governo ou o paradigma preponderante – teve, tem e deseja ter em relação ao espaço físico do espetáculo esportivo.

A concessão envolve regulamentação e controle externo, além da perda de autonomia nos processos. Entretanto, diz sobre uma ideia difusa de modernização de gestão, que, sendo regulada pelo estado, poderia ser alvo de políticas públicas de lazer. Seria possível pensar, entendendo o estado que o torcer em estádios contemplaria a prerrogativa constitucionais de promover o lazer como direito social, em um subsídio setorial para os ingressos. Até onde o Estado regularia essa relação do ponto de vista econômico.

Algumas iniciativas legais⁸⁵ já mencionaram a obrigatoriedade do clube de disponibilizar parte dos ingressos a preços populares. O projeto não se efetivou e parte do argumento contrário defendido em conflito com art. 170 da Constituição que prevê os princípios gerais da atividade econômica, versando sobre a ideia de livre iniciativa privada. Esse contingenciamento entre dois bens jurídicos

84 Sobre o tema, ver: Cattoni de Oliveira, Marcelo Andrade. Devido Processo Legislativo: Uma justificação Democrática do Controle Jurisdicional de Constitucionalidade das Leis e do Processo Legislativo. 2 ed. Belo Horizonte. Mandamentos, 2006, p. 53-85.

85 Projeto de lei - mencionado na entrevista realizada com Kalil pelo El País e pela o programa redação Sportv – do ex-vereador de Belo Horizonte Leonardo Mattos (PV). A proposta previa que 30% dos ingressos fossem comercializados à 50% do ingresso mais barato do jogo. O projeto foi vetado pelo prefeito Alexandre Kalil.

constitucionais – o direito ao lazer e livre iniciativa – permeia um pouco o desafio de gerir os interesses envolvidos no custo do lazer futebolístico em estádios.

O que está posto é uma necessidade do estado de garantir o acesso ao lazer como prerrogativa constitucional. As bases para essa construção atingem a própria ideia de cidadania, da qual a inclusão social é parte constituinte do conceito. Uma discussão promovida por GOMES et al. (2010, p. 60) sobre inclusão social considera que o termo abrange desde seu conceito básico – como integração social e coesão social – passando por suas relações com a exclusão social, suas implicações e contribuições utópicas, ideológicas e efetivas para a sociedade.

Os caminhos possíveis para garantir esse acesso é um desafio colocado a sociedade e a atores sociais envolvidos que devem se conectar na luta, como ressalta GOMES et al. (2010, p.21) pela ampliação do poder aquisitivo da população brasileira, por uma sociedade mais justa e inclusiva e, principalmente, pelo direito de acesso ao patrimônio cultural coletivamente construído.

3.4 Indústria do entretenimento e lazer

A indústria do entretenimento e o lazer⁸⁶ são fenômenos eminentemente modernos que se inserem no nosso contexto ocidental cultural e no modo de produção capitalista. O esporte está inserido nessa dinâmica quando percebido como forma de prática, produção ou apropriação desses dois campos, sendo também diretamente influenciado pela modernidade.

Os autores Hirata e Pilatti (2007) trazem o conceito de Giddens para conceituar, no âmbito das discussões sobre esporte, modernidade como: "estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência". (GIDDENS, 1991, p. 11). Três características dimensionam essa definição: o ritmo das mudanças e seu alcance, que na condição moderna ocorrem com uma rapidez extrema e global, o motivo da mudança, as transformações sociais em toda a superfície da terra, a natureza intrínseca das instituições modernas, até então inexistentes, tais como, o sistema político do estado nação, a completa transformação de produtos e serviços em mercadorias e a dependência da produção de fontes de energia inanimadas. De acordo com Hirata e Pilatti (2007)

86 Algumas vertentes do campo do lazer entendem que o a modernidade produziu um certo tipo de lazer, mas que o fenômeno se origina de um outro momento histórico anterior.

Muitos dos modelos, particularmente os advindos do campo da sociologia, valorizam a modernidade como o cenário que possibilitou a difusão e a propagação das imagens esportivas. Com efeito, o esporte foi popularização, tornando-se um produto perfeitamente amoldado à indústria do entretenimento. Isso pode se facilmente constatado, o objeto ganhou a conotação de "esporte moderno", graças às características que lhe são inerentes. O espetáculo esportivo como uma vertente contemporânea, de relevância ímpar nas sociedades que prevalecem à cultura de massa e de consumo, na sua transmutação foi destituído dos valores originais, entre os quais pode ser destacado o espírito do olimpismo.

O futebol está inserido nessa dinâmica como espaço de disputa, onde é, ao mesmo tempo, produto da indústria do entretenimento e cultura historicamente construída por práticas de sujeitos envolvido na produção e no fruir do lazer futebolístico. A visibilidade desses campos nascem, de acordo Gomes e Melo (2003), do desenvolvimento de uma forte e crescente indústria do lazer e do entretenimento, apontada como uma das mais promissoras fontes de negócios na contemporaneidade. A relevância econômica envolvendo o futebol como produto da indústria do entretenimento

A preocupação com o esporte moderno aconteceu, em medida considerável, devido a crescente importância econômica e cultural que esse fenômeno universal alcançou. A preocupação tornou possível o aparecimento de vários modelos de análise do fenômeno distintos, considerando que o esporte moderno é um fenômeno multifacetado (HIRATA e PILATTI, 2007).

Nesse contexto de mercantilização do lazer e na consolidação de uma indústria do entretenimento, o futebol é apropriado sobre uma perspectiva de produto, um elemento do processo estruturado de produção com intuito de distribuição mais eficiente e eficaz possível. A diferença dos dois termos se dá pela preocupação primeira no processo e, segundo, no resultado. Olhando sobre esse perspectiva, o futebol se estrutura como indústria na qual processos e pessoas

estão envolvidos no intuito de gerar um produto: clubes, federação, mídia, concessionária que administra os estádios.

A cadeia produtiva do futebol tem como seu eixo principal um conjunto de empresas e instituições identificadas conjuntamente como entidades do futebol: clubes, federações, administrações de estádios e outras instituições relevantes. A atividade econômica de tais entidades pode ser caracterizada resumidamente como a produção de cinco produtos-fim: direitos federativos e eventuais comissões de agenciamento associadas, cotas de patrocínio, direitos de licenciamento de marca, direitos de transmissão e receitas de estádios (bilheteria, consumo nos estádios e programas de sócio torcedor). Esta cadeia envolve ainda outras empresas e instituições: patrocinadores, empresas licenciadas e empresas de comunicação. Este conjunto de empresas e instituições é denominado o setor futebol (BLUMENSCHIN e NAVARRO, 2013, p.86).

Produtos como esses fazem parte da chamada indústria do entretenimento, que se baseia na padronização de bens e serviços de lazer voltados para públicos massificados. Como milhões de pessoas participam dessa indústria, buscam-se estratégias de reprodução que por sua vez, justificam-se pelas próprias necessidades dos consumidores (GOMES et al, 2010, p. 20)

Em contrapartida, sendo um espaço de disputa no qual convive simultaneamente GOMES et al. (2010, p.20) ressalta a necessidade fundamental de assumir uma posição mais ativa nos processos de consumo, buscando refletir sobre o contexto e sobre si mesmo, evitando que a distração e alienação acabem sendo uma frequente válvula de escape para o medo de pensar, de enfrentar realidade e as dificuldades nela presentes. E como observam Werneck e Isayama (2001,p.65) e retomando a discussão da sessão anterior

O Lazer não se restringe ao consumo alienado, proporcionado por meio das oportunidades que padronizam gostos e preferências, que tratam os sujeitos como se fossem meros objetos desprovidos de histórias de vida particulares e que ignoram as questões culturais, políticas e sociais mais amplas que nos constituem (...) Assim o lazer não deve ser entendido apenas como um produto da indústria do entretenimento. Desde a promulgação da Constituição Federal 1988 (Brasil 1988), o lazer passou a ser formalmente reconhecido como “direito social”.

3.5 Microeconomia e o torcer em estádios

Para uma análise microeconômica os conceitos de oferta e demanda na determinação dos preços são úteis para refletir sobre o comportamento das oscilações ao longo de um dado período. Cada setor da economia, sendo o fruir em estádios um deles, apresenta mecanismos próprios de funcionamento e regulação que se relacionam mais ou menos com as variáveis macroeconômicas como a inflação e a renda.

O futebol é um mercado complexo, no qual o isolamento de uma variável, máxima da análise econômica, mostra-se como um desafio para interpretação da formação dos preços. Ao examinarmos a lei da demanda trazida por Mankiw (2001), percebemos que o torcer em estádios apresenta algumas condicionantes como produto de um mercado de serviços de lazer peculiares.

Uma vez que a quantidade demandada cai quando aumenta o preço e aumenta quando o preço cai, dizemos que a quantidade demandada se relaciona negativamente com o preço. Esta relação entre preço e quantidade demandada é válida para maioria dos bens, e de fato é tão disseminada que os economistas a chamam de a lei da demanda: tudo o mais mantido constante, quando o preço de um bem aumenta, a quantidade demandada cai (MANKIW, 2001, p.68).

Mankiw, quando exemplifica esse conceito, dá o exemplo do sorvete como bem a ser analisado. Nesse caso, o sorvete comporta-se como um produto genérico que se altera pouco ao longo do tempo. Ou seja, se pensarmos no

produto em si, ele transforma-se pouco na perspectiva do usuário final em momentos diferentes do ano. O clima pode influenciar, ou alguma inovação pontual, mas o fato é que esse mercado equilibra-se de uma maneira na qual o teor do produto não influencia tanto no equilíbrio dos preços. Se referindo a esse contexto, Mankiw define

O preço de equilíbrio, a quantidade do bem que os compradores desejam e podem comprar é exatamente igual à quantidade que os vendedores desejam e podem vender. O preço de equilíbrio é às vezes chamado de preço de ajustamento de mercado porque a este preço todo mercado foi atendido (MANKIW, 2001, p.80).

A oferta será objeto de análise posterior, nos importa nesse momento olhar para demanda. O futebol como bem ou produto de um mercado tem sua curva de demanda⁸⁷ deslocada ou influenciada por diversos fatores intrínsecos. Dois deles nos parecem importantes de ressaltar.

O primeiro é o grau de engajamento do torcedor com o clube que dialoga com que Mankiw (2001) vai chamar de gostos⁸⁸. Algumas pesquisas, como mencionado no início desse livro, buscaram aferir essa relação. Apesar da dificuldade de constatar empiricamente e objetivamente a partir de dados quantitativos, o que se constata é uma relação positiva entre as duas variáveis. Ou seja, quanto maior o engajamento, maior a demanda esperada.

O segundo fator relaciona-se com o que o Mankiw (2001) vai chamar de expectativas. Podemos inferir correlacionando as variáveis que compõe o gráfico, público e preço médio, que a partir de 2013 esses comportamentos de mercado tornam-se mais presente. Quando a expectativa da partida foi maior, a curva da demanda é deslocada para a direita, ou seja, os compradores estão mais dispostos a pagar um valor maior por esse jogo.

Entretanto, esse cenário também é influenciado pela variável renda, tratando-se de um produto restrito ao número de lugares do estádio, o grau de deslocamento da curva de demanda é também influenciado pela limitação da

87 A curva da demanda mostra o que acontece com a quantidade demandada de um bem quando seu preço varia, mantidos constantes todos os outros determinantes da demanda. Quando um desses determinantes muda, a curva da demanda se desloca (MANKIW, 2001, p.72).

88 Gostos – O mais óbvio determinante para a sua demanda são seus gostos. Se você gosta de sorvete, você compra mais. Os economistas, em geral, não tentam explicar os gostos das pessoas, porque estes se baseiam em forças históricas ou psicológicas que estão fora do campo de estudo da economia. Todavia, os economistas examinam o que acontece quando os gostos mudam (MANKIW, 2001, p.68).

renda dos compradores (torcedores).

Dependendo do ajuste feito no preço para equilibrar no curto prazo a demanda influenciada por uma expectativa maior, a diferença de renda dos compradores (torcedores) pode gerar exclusão. Ou seja, se os compradores num universo de todos os torcedores são em sua maioria, mais de 60%, pessoas com renda até um salário mínimo e a oferta é limitada a 65.000 lugares – o que se espera é um tensionamento desigual de classe. Existem no universo de milhões de torcedores 65.000 compradores capazes de suportar o deslocamento da curva da demanda, entretanto, esse processo pode excluir economicamente grande parte dos outros torcedores, ou mesmo produzir um o que a economia chama tradeoff.

Partindo do princípio da escassez, no qual os recursos disponíveis – no nosso caso a renda do torcedor – são limitados e que as pessoas – para esse momento de análise econômica – tomam decisões racionais. Mankinw (2001) define tradeoff como situações em que existe um conflito, em que a escolha de uma coisa implica em não ter ou fazer a outra, gerando às vezes um problema ao se colocar em prática uma determinada solução.

Um exemplo do autor é o clássico tradeoff entre “armas e manteiga”, no qual um país deve decidir em investir em um ou outro. Quanto mais for gasto em defesa nacional para proteger o país de agressores (armas), menos se pode gastar com bens pessoais para aumentar o padrão de vida (manteiga). O autor ainda ressalta que o fato de reconhecer que as pessoas enfrentam inúmeros tradeoffs não nos diz, por si só, que decisões tomarão ou desejarão tomar.

Esses conflitos na escolha de uma determinada situação são analisados do ponto de vista econômico a partir do conceito de custo de oportunidade, que é aquilo que se abre mão para obter aquele item.

Peguemos como exemplo atual o torcedor e o preço do ingresso. Sendo a renda limitada, o custo de oportunidade na compra do ingresso e na ida ao estádio está ligada ao que se deixa de consumir e o tempo que se gasta para tal fim, respectivamente. Um dos objetivos de analisar o preço do ingresso durante vinte quatro anos é quantificar economicamente esse custo de oportunidade envolvido na tomada de decisão de ir ao estádio.

Ainda que do ponto da expectativa e do gosto um torcedor demande aquela partida e que ele esteja disposto a alocar mais recursos do que usualmente o faz, alguns movimentos de preço serão compatíveis apenas quando essas duas variáveis da demanda se somem a terceira renda.



CAPÍTULO IV

AONDE CHEGAMOS OU O QUE OS DADOS NOS DIZEM?

Os gráficos da pesquisa apresentados no primeiro capítulo cumprem a função de trazer os resultados empíricos organizados através da estatística descritiva.

O objetivo deste capítulo de análise foi aprofundar as constatações feitas nessa seção anterior, separado em dois momentos.

O primeiro foi dedicado aos temas mais amplos, entendidos como mais relevantes, e que se expressaram ao longo de toda a série histórica. O terceiro momento buscou-se aprofundar em questões do universo do torcer em estádios e em casos específicos que mereceram desdobramento analítico.

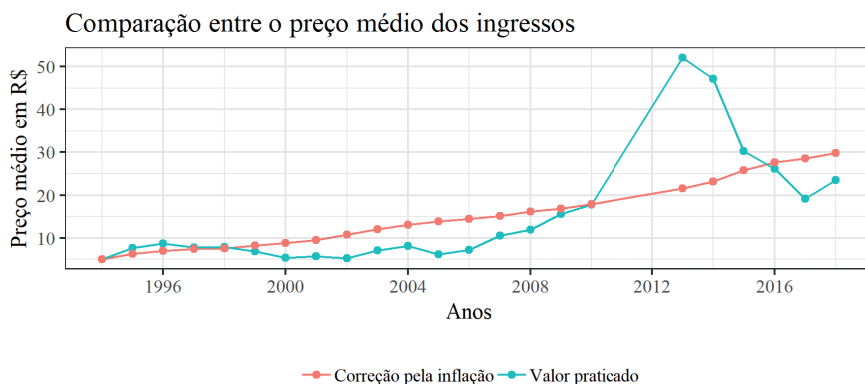
4.1 Comportamento do preço dos ingressos

Um dos objetivos específicos da pesquisa foi traçar o comportamento dos preços dos ingressos para compreender as transformações econômicas

ocorridas durante o período estudado. A introdução cumpriu a função de responder ao objetivo específico, sendo necessário um aprofundamento dos dados no esforço de contemplar parte do objetivo geral.

Para este momento, dois gráficos interessam: inflação ano base 2018 e a comparação do valor real e do valor nominal. Quando analisamos o gráfico geral agregado, percebemos que o comportamento do preço médio dos ingressos ao longo dos anos não apresenta, a princípio, correlações diretas com a inflação. Entre o período de 1994 e 1999 o comportamento dos preços e a inflação tiveram uma correspondência. Um motivo para isso pode ser explicado pela proximidade do início do plano real e estabilização de alguns preços, assim como pela própria metodologia de utilizar o ano de 1994 como ano base. Com tempo, a inflação e o comportamento setorial dos preços, no caso dos ingressos, começa a se distanciar pelas peculiaridades desse mercado microeconômico e sua baixa correlação na formação de preços com o contexto macroeconômico. Como exemplo de setores mais correlacionados com esse cenário, podemos citar o preço de commodities ou produtos que são diretamente influenciados por impostos setoriais que sofrem isenções para estímulo ao consumo⁸⁹.

GRÁFICO 3 – Comparação entre o preço médio dos ingressos



Fonte: Arquivos do autor

Durante dez anos (1999-2008) o preço do ingresso mostra-se inferior se comparado com IPCA. Isso significa que, durante esse período em relação à média dos preços praticados ao consumidor, o futebol se comportava como um bem que se tornava mais barato com o tempo. Essa percepção pode ser

89

Veja por exemplo o caso de redução do IPI sobre o mercado de automotivo.

observada pelo próprio consumidor quando avaliamos a proporção do ingresso no salário mínimo em queda desde o início da série.

A reta ascendente que começa em 2007 e atinge seu máximo em 2013, com preço médio dos ingressos custando acima dos R\$ 50,00, marca um período no qual a inflação agora é um parâmetro que gera uma percepção inversa. Nesse momento, se olharmos para inclinação da reta da inflação percebemos que ela é menor do que a dos preços praticados. Ainda que até 2010 os preços permanecendo abaixo ou equivalentes à inflação histórica, a percepção de encarecimento pode ser observada pelo consumidor pela acintosidade do aumento.

O tempo é uma variável fundamental para pensarmos a reação do consumidor. Ainda que no longo prazo possa existir uma coincidência no final do período estudado dos preços praticados versus os preços corrigidos pela inflação, o comportamento das variações ao longo do tempo é que determinam a percepção. Os preços praticados posicionaram-se de maneira deflacionária durante um período, mas o que pode ter determinado a reação dos consumidores e do próprio debate público e privado foram as oscilações abruptas. Conforme o gráfico 3, a diferença é um fator relevante quando discutimos essa comparação dos preços médios. Comparativamente falando, poucos produtos e serviços comportaram-se dessa forma entre 2010 e 2013 no consumo do brasileiro médio.

Sendo assim, o aumento do preço médio dos ingressos após a reinauguração do Mineirão em 2013 talvez seja o ponto crucial na percepção da elitização do futebol do ponto de vista econômico. Se em 2010 o preço médio era de R\$ 17,10 e 2013 foi para R\$ 52,10 – houve um aumento percentual de quase 200%. E se tratando do estádio Mineirão, o impacto do torcedor, levando em conta o período fechado, foi ainda mais contundente. Se pensarmos o torcedor que foi ao jogo Atlético e Ceará no dia 06/06/2010 – último jogo antes da reforma – e retornou ao Mineirão no dia 03/02/2013 para assistir Cruzeiro e Atlético – qual seria sua percepção diante das mudanças no preço dos ingressos. A reflexão parte de uma dimensão restrita ao universo econômico, reconhecendo que outras variáveis contribuem para essa percepção. Como, por exemplo, a expectativa gerada pela ausência de jogos por mais de dois anos no estádio Mineirão ou a pela reinauguração.

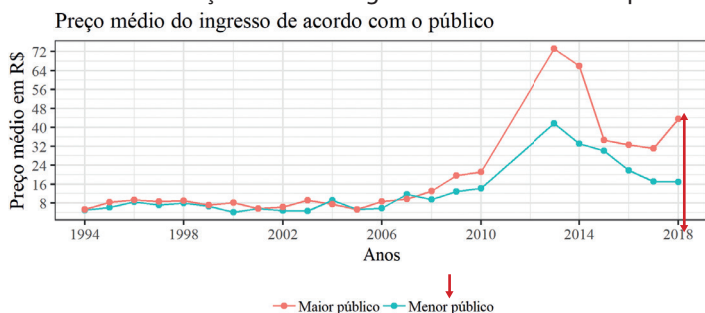
Quando analisamos os gráficos desagregados, que consideram cada campeonato separadamente, compreendemos melhor que essa coincidência atual no preço médio dos ingressos e o valor corrigido pela inflação devem ser ponderados. O que os dados demonstram é uma relação inferior dos preços do campeonato brasileiro e do campeonato mineiro em relação ao corrigido conforme a

inflação. Já a Copa do Brasil e a Libertadores comportam-se de maneira inversa, como também observado no gráficos da inflação ano base 2018.

Quando conjugamos a análise dos gráficos, geral e específicos, das duas modalidades citadas acima – ano base 2018 e correção pela inflação – percebemos que a tese de que vivemos o futebol mais caro e elitizado da história mostra-se incompatível com os dados. Ainda que ponderações sejam necessárias como o sócio torcedor – objeto de um subitem posterior – a série histórica atenua essas afirmações, quando desconsideramos o triênio pós Copa do Mundo.

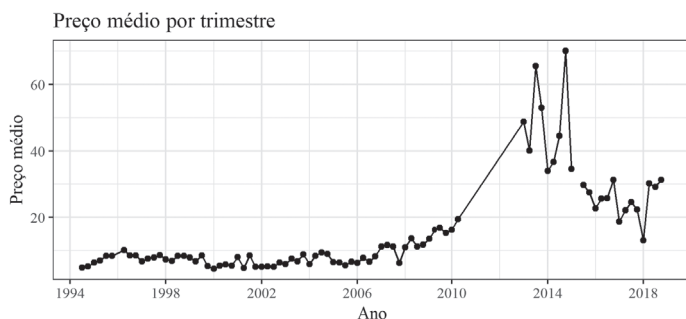
Entretanto, os dados ora considerados para gerar todos os gráficos tratam de um somatório geral ou de modalidades competitivas específicas. Essa afirmação acima com relação às diferenças do que foi esperado no debate público e privado, precisa ser aprofundada. Um movimento de desagregar os dados e correlacioná-los de maneira a capturar comportamentos que envolvem momentos de maior apelo e emoção envolvidas mostraram-se necessários. Para tanto, optou-se por trazer dois gráficos que podem ampliar esse debate em cima dos preços dos ingressos.

GRÁFICO 29 – Preço médio do ingresso de acordo com o público



Fonte: Arquivos do autor

GRÁFICO 30 – Preço médio por trimestre



Fonte: Arquivos do autor

O primeiro gráfico foi gerado utilizando o preço médio dos dez maiores públicos do ano e dos dez menores. O objetivo foi avaliar o comportamento dos ingressos em momentos das competições que geraram maior demanda e consequente emoção esperada envolvida. O segundo foi resultado da formação de preços ao longo dos trimestres, no qual mantém a estratégia de monitorar o preço dos ingressos em fases diferentes do campeonato.

Ambos os gráficos demonstram que no período pós-copa o regime de preços mudou. Se até 2010 o preço dos ingressos variava pouco em momentos diferentes da competição, esse regime estável reconfigura-se em uma nova dinâmica flutuante. Essas assimetrias, em alguns momentos, demonstram variações consideráveis entre jogos de menor apelo e maior. Além dos gráficos, o comportamento do desvio padrão⁹⁰ – ao longo do período – também corrobora essa conclusão.

É importante ressaltar que em jogos de maior público duas variáveis influenciam no aumento do preço médio dos ingressos. A primeira é o próprio aumento do preço dos ingressos em cada lugar do estádio. A segunda é o preenchimento de setores de maior valor que usualmente não são ocupados em jogos menores. Como a metodologia foi aplicada da mesma forma para todos os anos, em uma análise comparativa, esse segundo parâmetro não influencia nas conclusões.

4.2 Salário Mínimo

Nesse caso, podemos dimensionar o tradeoff envolvido na decisão de ir ou não ao estádio, quando nos debruçamos sobre as peculiaridades econômicas brasileiras, nas quais os torcedores do estádio Mineirão estão inseridos.

O salário mínimo, proxy de renda utilizado na pesquisa, foi criado em 30 de abril de 1938, sendo regulamentado pela Lei n° 185 de 14 de Janeiro de 1936 e pelo Decreto Lei n° 399 Salário Mínimo projetado. Além disso a constituição define no inciso IV do Art. 6° que o valor referente a renda mínima deve ser capaz de suprir as necessidades vitais básicas e às de sua família com: moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo.

90 O desvio padrão é uma medida de dispersão e o seu valor reflete a variabilidade das observações em relação à média. Ver BARROS, Henrique; SEVERO, Milton; LUNET, Nuno. Desvio Padrão ou Erro Padrão. Notas Metodológicas. Portugal: Porto. ArquiMed, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/am/v20n1-2/v20n1-2a08.pdf>. Acesso em: 07 de junho de 2019.

O Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE)⁹¹ divulga mensalmente a atualização do valor do salário nominal em comparação, com o que foi desenvolvido pela instituição desde 1994, com o necessário. De acordo com o DIEESE, o salário mínimo necessário de 2018 foi R\$ 3.960,57, sendo o nominal R\$ 954,00. Os valores cotados são resultados de pesquisa de preços que leva em conta o definido pela Constituição Federal.

Sendo lazer um componente desse cálculo, é importante trazer para a discussão o contexto econômico desigual no qual o é exposto o brasileiro e mais especificadamente o torcedor. Ainda que o futebol possa exercer de forma isolada e privada formas de incentivo e política de preços acessíveis, as limitações existirão quando compararmos a realidade de público e renda dos campeonatos europeus.

O gráfico porcentagem do salário mínimo dimensiona a proporção da participação do preço médio dos ingressos na renda de cerca de 60% dos brasileiros. O comportamento observado ao longo do período produziu uma distorção quando comparado com os gráficos que envolvem inflação. Apesar da coincidência observada na alta do fim do ciclo – 2013 até 2015 – o início e sua relação com o resto da série exige aprofundamento.

É nesse momento que percebemos uma condição externa, a macroeconomia, influenciando o universo torcer em estádios. Nesse caso, o que determinou a grande proporção do salário mínimo destinada em relação ao preço médio do ingresso foram as condições econômicas do país no início do plano real. Essa argumento pode ser corroborado quando percebemos que, durante o período de queda na proporção do salário mínimo, a outra variável que condiciona o gráfico, o preço médio dos ingressos, não se alterou. Além disso, o histórico dos valores nominais e necessários do salário mínimo desenvolvido pelo DIEESE contribui para perceber essa melhora na capacidade de compra do salário mínimo. Como exemplo, faremos uma comparação entre o primeiro e último semestre da série.

91 O DIEESE é uma entidade criada e mantida pelo movimento sindical brasileiro. Foi fundado em 1955, com o objetivo de desenvolver pesquisas que subsidiassem as demandas dos trabalhadores. Sindicatos, federações, confederações de trabalhadores e centrais sindicais são filiados ao DIEESE e fazem parte da direção da entidade. É uma instituição de utilidade pública que desenvolve pesquisa, assessoria e educação voltadas para os dirigentes e assessores das entidades sindicais e os trabalhadores.

TABELA 4 - Histórico dos valores nominais do salário mínimo

1994	Salário Mínimo Nominal	Salário Mínimo Necessário	2018	Salário Mínimo Nominal	Salário Mínimo Necessário
Dezembro	R\$70,00	R\$728,90	Dezembro	R\$954,00	R\$3.960,57
Novembro	R\$70,00	R\$744,25	Novembro	R\$954,00	R\$3.959,98
Outubro	R\$70,00	R\$740,83	Outubro	R\$954,00	R\$3.783,39
Setembro	R\$70,00	R\$695,64	Setembro	R\$954,00	R\$3.658,39
Agosto	R\$64,79	R\$645,53	Agosto	R\$954,00	R\$3.636,04
Julho	R\$64,79	R\$590,33	Julho	R\$954,00	R\$3.674,77

Fonte: Arquivos do autor a partir dos dados extraídos dos relatórios do DIEESE.

A proporção entre o salário mínimo e o salário necessário passa de aproximadamente 10% em 1994 para 25% em 2018, fato que atenua proporcionalmente o aumento dos preços observados entre 2013 e 2015 em relação aos gráficos de inflação.

Ainda que para pesquisas envolvendo renda seja necessário o acesso direto aos padrões de consumo dos torcedores, o que propôs essa análise com proxy de renda o salário mínimo, é dimensionar do ponto vista popular a escolha envolvida em ir ao estádio.

Para ampliar esse cenário de análise precisamos de informações sobre a demanda, onde o torcedor seria interpelado sobre seus hábitos de consumo e a expectativas com fruir em estádios. O que permitiria desdobrar e compreender os conceitos que envolvem a demanda, aplicados ao futebol. Nesse caso, teríamos a possibilidade de avaliar com mais precisão se torcer em estádios é um comportamento mais elástico ou inelástico⁹², ou seja, qual é a sensibilidade da demanda quando o preço aumenta ou diminui.

92 A lei da demanda afirma que uma queda no preço de um bem aumenta a quantidade demandada. A elasticidade-preço da demanda mede o quanto a quantidade demandada responde a variações no preço. Diz-se que a demanda de um bem é elástica se a quantidade demandada responde substancialmente a variações do preço. Diz-se que a demanda de um bem é inelástica se quantidade demandada responde ligeiramente a variações no preço. O que determina se a demanda por um bem é elástica ou inelástica? Como a demanda por qualquer bem depende das preferências do consumidor, a elasticidade-preço da demanda depende de um grande número de forças econômicas, sociais e psicológicas que moldam os desejos individuais. Contudo, com base na experiência, é possível relacionar algumas regras gerais relativas aos fatores que determinam a elasticidade-preço da demanda (MANKIW, 2001, p.94).

4.3 Taxa de ocupação dos estádios

Os gráficos de média de público apresentados cumprem com o objetivo de registrar a taxa de ocupação do estádio Mineirão durante o período analisado. Conforme observado em cada seção, desde o agregado e os campeonatos específicos, a identificação de padrões de longo prazo foram limitadas. No geral, ao longo dos vinte e quatro anos houve uma oscilação do público que pode ser explicado por análises pontuais em cada ano.

Entretanto, o que podemos notar é que nos registros de maior média histórica – os anos de 2013, 2014, 2018 – a ocupação média não atinge 50% da disponibilidade do estádio. Se considerarmos a média mais observada e levar em conta a redução da disponibilidade de lugares após a reforma, as médias não ultrapassam de 30%. Esses números são ainda menores se considerarmos o desvio padrão envolvido nas médias de público. Ou seja, se tirarmos os valores de jogos de grande público e olharmos para a moda referente ao intervalo de público, vemos que esses números são ainda menores.

Os últimos seis anos foram marcados pela diminuição da discrepância entre os valores que formam a média de público. Nesse caso, observamos mais jogos em sequência no intervalo entre 15.000 e 25.000, em contrapartida de sequência de jogos com 5.000 torcedores e 60.000.

A taxa de ocupação dos estádios relaciona-se diretamente com o conceito de custo marginal⁹³.

Embora o custo total médio indique o custo de uma unidade padrão, não nos informa sobre a variação do custo total que ocorrerá quando a empresa alterar de uma unidade seu nível de produção. O aumento do custo total decorrente do aumento de uma unidade produzida é chamado de custo marginal. Ou seja, o custo total médio diz qual será o custo da unidade padrão do produto se o custo total for dividido igualmente entre todas as unidades produzidas. O custo marginal mostra o aumento dos custos totais decorrente da produção de uma unidade adicional (MANKIW, 2001, p.278)

93 Embora o custo total médio indique o custo de uma unidade padrão, não nos informa sobre a variação do custo total que ocorrerá quando a empresa alterar de uma unidade seu nível de produção. O aumento do custo total decorrente do aumento de uma unidade produzida é chamado de custo marginal. Ou seja, o custo total médio diz qual será o custo da unidade padrão do produto se o custo total for dividido igualmente entre todas as unidades produzidas. O custo marginal mostra o aumento dos custos totais decorrente da produção de uma unidade adicional (MANKIW, 2001, p.278)

Considerando o torcer em estádio como um bem da categoria serviços que contempla as variáveis que compõe a comercialização de um produto, percebermos que esse mercado apresenta uma peculiaridade. A oferta do bem é limitada ao número de lugares pré-definidos na capacidade máxima do estádio. Ou seja, mesmo que o custo marginal esteja compatível com a demanda esperada não é possível expandir a oferta.

Em contrapartida da oferta limitada é a disponibilidade do consumo de mais um lugar mediante ao custo marginal adicional de se receber mais um torcedor. A presente pesquisa não trata diretamente desse assunto e não teve acesso aos cálculos envolvendo o custos. Entretanto, é possível inferir a princípio que os custos fixos são proporcionalmente superiores às variáveis. Ou seja, se pensarmos nos custos de abertura do estádio: iluminação, serviço de alimentação e a própria partida entre outros. Em detrimento dos custos unitários variáveis como: um número adicional de seguranças por número de torcedores; ou iluminação e uso de banheiros adicionais. Faz com que os envolvidos diretamente nos ganhos de uma partida – a concessionária que administra o estádio Mineirão e os clubes – se preocupassem mais com os ingressos disponíveis não adquiridos.

4.4 Programas de sócio torcedor

Os programas de sócio torcedor (PST) do Atlético-MG e Cruzeiro tiveram sua origem mais notória no período após a reforma do Mineirão. Ainda que o Cruzeiro já tivesse um programa, foi a partir de 2013 que ele começa a ter grande relevância no faturamento do clube e na intermediação no acesso ou compra dos ingressos. Para Santana e Silva (2018) a Copa do Mundo e os programas de sócio torcedor mudaram a relação com o futebol em estádios.

A vivência do torcer no estádio sofreu a influência das reformas dos estádios, pelo menos nas cidades que foram sedes de partidas da Copa do Mundo. Além disso, outro elemento que surge nesse contexto e que influencia essa forma de viver o torcer: são os Programas de Sócio Torcedor (PST). Esses Programas são, sucintamente, um contrato estabelecido entre clube e torcedor em que, a partir do pagamento de mensalidades este tem o direito de assistir as partidas do seu time no estádio ou obter o desconto na compra do ingresso (SANTANA e SILVA, 2018, p.125).

Para os autores, os PST são resultados de um processo em curso no futebol, conectado com a racionalidade econômica neoliberal observada a partir dos 1980. Esse contexto observada nas últimas décadas vem transformando as relações entre os diversos agentes do esporte e é nomeado por Giulianotti (2012) como mercantilização do futebol.

O processo pelo qual um objeto ou uma prática social adquire um valor ou sentido de mercado. A mercantilização não é um processo isolado. É constante, em geral envolvendo a entrada gradual da lógica do mercado aos vários elementos que constituem o objeto ou a prática social sob consideração. Como considero abaixo, a acentuada intensificação desse processo nos últimos anos é de ordem diferente daquela que foi vivenciada até o final da década de 1980, e assim pode ser agora descrita como um período de hipermercantilização (GIULIANOTTI, 2012, p.21).

A dimensão econômica sobre essa perspectiva de transformação do futebol é também vista por PRONI (1998) como a consolidação das relações esporte-espetáculo e futebol-empresa. De um lado nós temos uma construção de um esporte que se torna cada vez mais um produto da indústria do entretenimento e deve ser pensando dentro dessa lógica como um espetáculo – esvaziando em certa medida dimensões culturais e históricas da prática do torcer. Do outro, o futebol, através dos clubes, gerido a partir de uma lógica empresarial de racionalidade, muitas vezes, dissonante ao histórico do clubismo e associativismo brasileiro.

A pesquisa realizada por Santana e Silva (2018) constatou que os PST afetaram torcer, de um modo geral, a partir das relações do torcedor com a instituição, com o ingresso e com estádio. Os dados mostraram que há entre os sócios um perfil com um maior poder aquisitivo do que entre os não sócios. Dessa forma, o PST, dentre outros fatores, contribuíram para que o público que frequenta o estádio tenha uma maior possibilidade de consumir os demais produtos oferecidos para além da partida de futebol.

Além disso, a proporção de ingressos de sócios e não-sócios, principalmente em jogos decisivos, demonstra a condição, muitas vezes, determinante do acesso ao ingresso em momentos de maior apelo de público. Haja vista o jogo realizado no Estádio Independência em 2015 entre Atlético-MG e Corinthians, no qual pela primeira vez uma partida teve seus ingressos inteiramente adquiridos por sócios torcedores.

É importante ressaltar duas dimensões do perfil do sócio torcedor. A primeira delas é a necessidade de fidelização anual através de cartão de pagamentos mensal ou parcela única. Nesse caso o valor passaria a compor o orçamento mensal do torcedor que representaria, a partir dos dados econômicos de 2018, em média 3% por pessoa do salário mínimo (do plano mais barato que permite desconto e prioridade na compra dos ingressos). Esse valor independe do número partidas ou setor do estádio. Ou seja, deverá ser acrescido o valor gasto a cada partida.

Dessa maneira, o PST, aliado a um conjunto de fatores coincidentes, contribui para o processo de mercantilização do torcer.

Entre esses fatores destacam-se reformas dos estádios para a Copa do Mundo, a influência de outros agentes no campo esportivo, como as empresas de produtos e serviços, que contribuíram significativamente para a ampliação de diversos programas de sócios torcedores. Ademais as reformas dos estádios e os PST alteraram a forma como a torcida se relaciona com o espaço. A primeira por reorganizar o estádio visando em maximizá-lo enquanto espaço de consumo e o segundo, por ser em vários momentos condição necessária para acessar tal espaço, o que determina qual o público que pode participar do espetáculo esportivo (SANTANA e SILVA, 2018, p.140).

Essa realidade influencia diretamente na interpretação dos dados a partir de 2012. Até esse período a composição da renda envolvida dos sócios era proporcionalmente irrelevante. A partir do momento que o sócio torcedor torna-se muitas vezes maioria no estádio, a renda do jogo deve ser ponderada.

O somatório da compra dos ingressos divulgado pelos borderôs em cada partida considera o ingresso adquirido. Uma das vantagens do sócio torcedor é pagar com descontos o ingresso, além da prioridade de compra de todos os setores (inclusive os mais baratos que se esgotam primeiro). Ou seja, tendo vista a proporção de não-sócios oriundos de classes sociais de menor poder aquisitivo, é possível que parte desses torcedores pagam um valor superior ao preço médio dos ingressos. Em muitos casos, o não-sócio paga o dobro do ingresso pago pelo sócio, com exceção dos ingressos adquiridos por meia-entrada ou gratuidade⁹⁴.

⁹⁴ De acordo com o Decreto Municipal nº 16.438/2016 que regulamenta a lei de gratuidade nº 10.942/2016, o Mineirão deve destinar, para menores de 12 anos, 1% da totalidade de ingressos disponibilizados para venda, tendo como base os critérios de segurança pública e de organização de cada evento.

Esse cenário demonstra que se considerarmos o viés econômico envolvido no PST correlacionando com os dados da pesquisa, os momentos de encarecimento do ingressos e mesmo os dados gerais estão subprecificados se fizermos um recorte de classe. Ou seja, sobre esses aspectos, as aferições feitas pela pesquisa devem ser ponderadas. A possível exclusão observada em momentos de maior apelo e o preço médio geral agregado são afetados por essa variável. Ainda que não seja possível para o momento dimensionar esse impacto, o PST não compromete as conclusões da pesquisa e sim amplia o debate entorno das possibilidades de acesso econômico ao torcer em estádios.

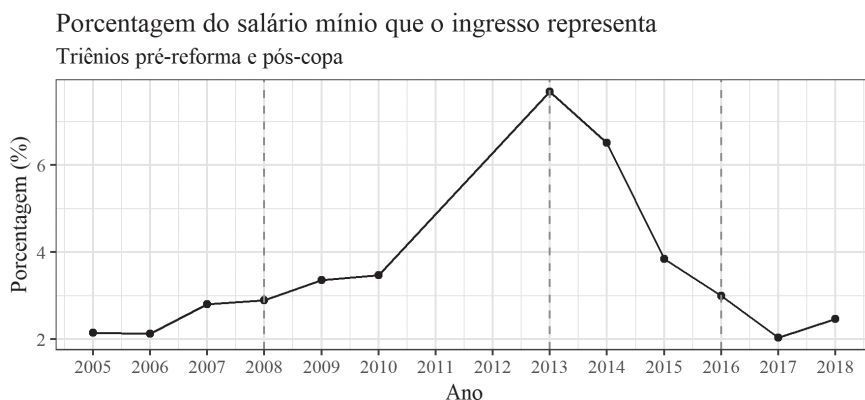
4.5 Copa do Mundo de 2014

A opção em trabalhar como uma série histórica ampliada apresenta em si limites interpretativos de casos relevantes ao longo dos vinte cinco anos do estudo. Esse período foi responsável por grandes transformações no futebol, no nosso caso o torcer em estádios, além de mudanças no cenário macroeconômico e político brasileiro. Uma análise mais geral é capaz de perceber fenômenos e padrões que um recorte temporal mais restrito não permitem.

Dentre os fenômenos específicos observados, a partir dos dados empíricos para além das ponderações já feitas, três mostram-se relevantes para as discussões ora propostas: a copa do mundo de 2014, o programa de sócio torcedor e o campeonato brasileiro de 1999.

A Copa do Mundo soma extensas publicações acadêmica, como já mencionado em parte no início do livro na sessão “debate acadêmico”. Para o momento, identificamos que a sua relevância se dá pelo fato de gerar uma transformação notória no comportamento geral dos gráficos, conforme demonstrado nos gráficos abaixo.

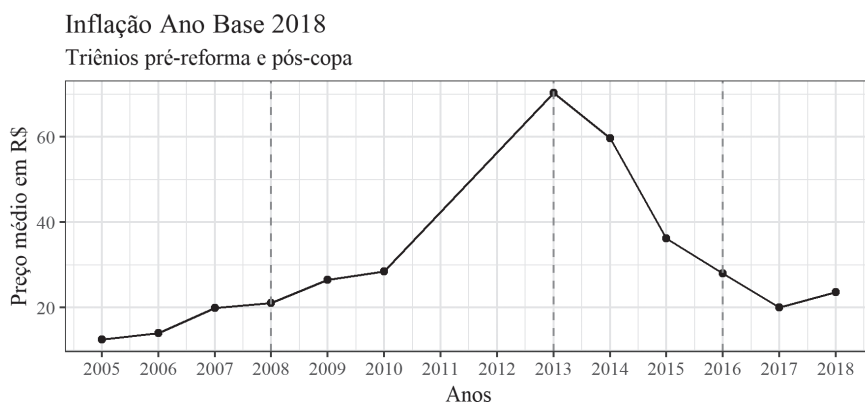
GRÁFICO 31 – Percentagem do salário mínimo que o ingresso representa entre os triênios pré-reforma e pós-copa



Fonte: Arquivos do autor

De 2005 a 2010, a proporção entre preço médio do ingresso e salário mínimo teve um comportamento crescente, sempre se mantendo abaixo de 4%. No primeiro triênio, após a reforma, houve um aumento nessa proporção, para quase 8%, que voltou a cair ainda em 2015.

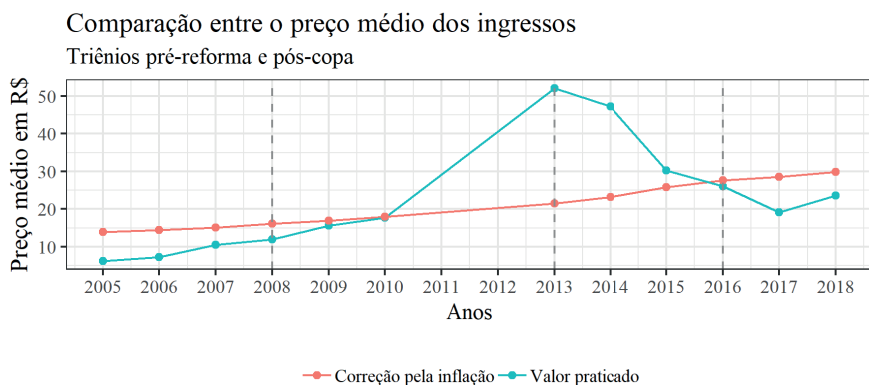
GRÁFICO 32 – Inflação ano base 2018 entre os triênios pré-reforma e pós-copa



Fonte: Arquivos do autor

Em geral o preço médio dos ingressos corrigido para o ano base 2018 foi similar em todos os triênios, com exceção do primeiro triênio após a reforma. Nesse período, de 2013, 2014, 2015 os valores foram superiores aos demais, com destaque para os dois primeiros anos, quando o valor médio equivalente em 2018 seria igual ou superior a R\$ 60,00.

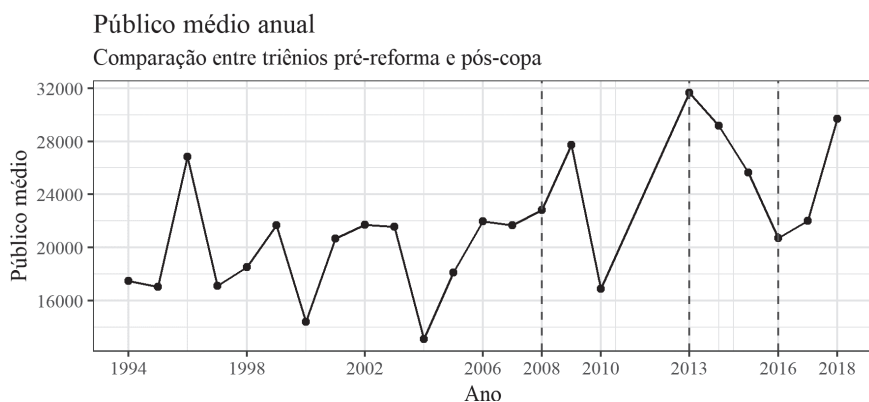
GRÁFICO 33 – Comparação do preço médio dos ingressos entre os triênios pré-reforma e pós-copa



Fonte: Arquivos do autor

O gráfico de comparação entre preço médio dos ingressos corrigidos pela inflação ano a ano e preço médio praticado permite constatar que houve uma mudança no padrão do custo no período de 2013, 2014, 2015. Nesses anos, o valor real dos ingressos superou o valor calculado de acordo com a inflação anual. Nos outros períodos foi observado o comportamento oposto.

GRÁFICO 34 – Público médio anual comparação entre triênios pré-reforma e pós-copa



Fonte: Arquivos do autor

De modo geral, o público médio anual oscilou durante o período observado. Nota-se a maior média de público no ano imediatamente após a reforma, e um decréscimo constante entre 2013, 2014, 2015.

Destaque-se que outros eventos, como o desempenho das equipes mineiras no triênio pós-reforma e a própria expectativa da reinauguração do estádio Mineirão, possam influenciar também nesses números. O que a série histórica indica é uma transformação, pelo menos no médio prazo do preço dos ingressos, influenciada diretamente pela Copa do Mundo.

Essa mudança econômica no primeiro triênio está conectada com os propósitos envolvidos na opção por sediar um megaevento esportivo. Em uma pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), já citada anteriormente quando descrevemos a organização da cadeia produtiva do futebol na seção indústria do entretenimento e lazer, estimou-se as expectativa microeconômica no setor do futebol em detrimento da Copa do Mundo.

A pesquisa usou como referência os dados do ano de 2009 em que os fluxos monetários diretos do setor futebol no país alcançavam a ordem de R\$ 3,5 bilhões anuais, sendo que o valor adicionado gerado por toda a cadeia produtiva do futebol alcança o patamar de R\$ 6,5 bilhões anuais, representando 0,2% do PIB brasileiro (BLUMENSCHIN e NAVARRO, 2013, p.86). A projeção realizada pelos autores considera os efeitos macroeconômicos envolvidos nas relações indiretas que o futebol estabelece com o mercado.

Embora o futebol já tenha uma representatividade importante da economia brasileira, a participação pode crescer substancialmente em função de mudanças no perfil dos clubes em um cenário potencial no qual os clubes brasileiros desenvolvam sua rentabilidade até um patamar comparável àquele verificado nos clubes europeus. Neste cenário, estima-se que os fluxos monetários diretos do setor futebol nacional podem vir a somar R\$ 21,5 bilhões. Estas mudanças poderão contribuir com mais de R\$ 28 bilhões para a expansão do PIB brasileiro, o que corresponde a um impacto de 0,9% em relação ao Produto Interno Bruto do país em 2009 (BLUMENSCHIN e NAVARRO, 2013, p.86).

A projeção realizada pelos economistas denota a dimensão da expectativa envolvida na Copa do Mundo. Sendo a fruição em estádios um elemento importante nessa contabilização, parte desses efeitos macroeconômicos deveriam vir da renda na bilheteria e no consequente aumento nos preços dos ingressos, haja vista que a própria capacidade dos estádios reformados diminuiu.

Algumas ponderações feitas nesse relatório da FGV dizem respeito ao hiato desse crescimento econômico. Os autores elencam algumas características da cadeia produtiva do futebol brasileiro que limitam essa projeção realizada para a Copa do Mundo: insuficiente exploração e desenvolvimento do potencial econômico associado ao branding dos principais clubes e competições, baixo aproveitamento do potencial exportador dos jogadores formados pelas categorias de base dos principais times, baixa geração de renda e empregos de baixa qualidade por parte dos clubes da “base” do setor futebol brasileiro. Sendo que o principal para presente pesquisa a

Insuficiente geração de receitas de estádios, com baixas taxas de ocupação e valor agregado da visita muito aquém do potencial, principalmente devido à falta de atratividade das competições, do baixo desenvolvimento da relação clube-torcedor, e da não exploração do potencial de rentabilidade dos estádios (BLUMENSCHIN e NAVARRO, 2013, p.86).

Antes mesmo da realização da Copa do Mundo, a projeção de alguns economistas que se debruçaram sobre futebol nesse cenário, já levantavam fragilidades nos ajustes de oferta e demanda dos estádios brasileiros. Os gráficos da pesquisa demonstraram que a opção por não considerar a realidade dos estádios brasileiros no tocante taxa de ocupação e a própria dinâmica do torcer geraram efeitos abaixo do esperado no médio prazo. A opção por medidas de elevação dos preços e aposta na aferição de valor agregado pelo público no novo Mineirão não foram suficientes para atingir os resultados econômicos esperados.

O que na verdade aconteceu foi uma correção sistemática ao longo do tempo do próprio mercado do futebol. Diferente do primeiro movimento observado no início do plano real que considerava fatores macroeconômicos e apresentava um perfil lento de transformação. A mudança microeconômica é mais rápida dado que as variáveis envolvidas são mais restritas ao conjunto de consumidores e vendedores de um dado bem, o que se expressa no gráfico em uma reta de maior inclinação descendente.

4.6 Campeonato brasileiro de 1999

O campeonato brasileiro de 1999 reúne peculiaridades as quais merecem uma análise desagregada.

Nesse ano, a CBF adotou um novo sistema de disputa no qual a primeira fase os 22 clubes jogavam entre si. Os oito melhores classificavam-se para uma etapa eliminatória, com vantagens para o time de melhor desempenho na primeira fase. O Atlético-MG jogou os primeiros jogos da competição no estádio Independência e depois apenas no Mineirão. O Cruzeiro jogou todos os jogos no estádio Mineirão.

A Atlético-MG classificou-se em sétimo lugar com 33 pontos e o Cruzeiro em segundo lugar com 42 pontos. Na fase eliminatória da competição os dois times se enfrentaram, sendo o Atlético-MG vencedor nos dois jogos. A competição nesse ano teve como finalistas Atlético-MG e Corinthians. As tabelas abaixo trazem algumas informações econômicas e de público para os dois times nesse ano.

TABELA 5 – Campeonato brasileiro de 1999

Clube	Média de Público	Média de Renda	Preço médio do ingresso
Atlético-MG	59621	R\$ 323.007,50	R\$ 4,81
Cruzeiro	24481	R\$ 177.668,37	R\$ 6,77

Fonte: Arquivos do autor

**TABELA 6 – Preço dos ingressos da primeira fase
do Campeonato brasileiro de 1999**

Clube	Geral	Arquibancada	Cadeira de Setor	Cadeira Especial
Atlético-MG	R\$ 1,00	R\$ 2,00	R\$ 15,00	R\$ 20,00
Cruzeiro	R\$ 5,00	R\$ 10,00	R\$ 15,00	R\$ 20,00

Fonte: Arquivos do autor

TABELA 7 – Jogos do Atlético-MG realizados no Mineirão do Campeonato brasileiro de 1999

Clube		Público	Renda	Preço médio
Atlético-MG	Flamengo	70078	R\$ 156.855,00	R\$ 2,24
Atlético-MG	Santos	33601	R\$ 66.874,00	R\$ 1,99
Atlético-MG	Juventude - RS	53094	R\$ 111.160,00	R\$ 2,09
Atlético-MG	Ponte Preta - SP	70665	R\$ 157.428,00	R\$ 2,23
Atlético-MG	Grêmio - RS	30021	R\$ 67.536,00	R\$ 2,25
Atlético-MG	Cruzeiro	64717	R\$ 594.588,00	R\$ 9,19
Atlético-MG	Vitória	76413	R\$ 684.160,00	R\$ 8,95
Atlético-MG	Corinthians	78382	R\$ 745.459,00	R\$ 9,51

Fonte: Arquivos do autor

TABELA 8 – Preços dos ingressos das etapas finais do Campeonato brasileiro de 1999

Clube	Geral	Arquibancada	Cadeira de Setor	Cadeira Especial
Atlético-MG	R\$ 5,00	R\$ 10,00	R\$ 15,00	R\$ 20,00
Cruzeiro	R\$ 5,00	R\$ 10,00	R\$ 15,00	R\$ 20,00
Cruzeiro ⁹⁵	R\$ 1,00	R\$ 1,00/R\$ 2,00	R\$ 5,00	R\$ 10,00

Fonte: Arquivos do autor

Os dados merecem destaque pelo desempenho positivo das duas equipes na primeira fase da competição que serve como um controle para isolar a variável performance da equipe. Nesse caso, podemos olhar apenas para os preços dos ingressos e o público.

O Atlético-MG optou por uma política de preço que reduziu em 80% o valor dos ingressos da geral e da arquibancada em relação ao praticado nos anos anteriores, mantendo os preço da cadeira de setor e cadeira especial. Essa precificação manteve-se até as fases finais, quando o time retorna os valores para o praticado ao longo dos campeonatos anteriores. O preço do ingresso

⁹⁵ Seletiva para a Libertadores foi uma competição realizada apenas no ano de 1999, com times brasileiros, para definir uma vaga para a edição de 2000 da Copa Libertadores da América. O título e a vaga foram para o Atlético-PR.

mais barato custava em valores atuais, corrigidos pela inflação, R\$ 3,33, o que representava na época 0,73% do salário mínimo.

O Cruzeiro opta por manter os preços praticados no ano anterior e o mantém até sua eliminação para o Atlético-MG nas oitavas. Após essa etapa, o time jogou mais quatro jogos da seletiva para a conquista da última vaga da Libertadores do ano subsequente. Nesses jogos, o Cruzeiro aplica a política de preço dos ingressos de forma similar ao do Atlético ao longo da primeira fase. Durante esse momento da competição a média de público se mantém similar a observada ao longo da primeira fase da competição, entorno de vinte dois mil torcedores, após uma eliminação nas oitavas pelo maior rival.

O que se percebe nos números registrados no campeonato brasileiro de 1999 é o funcionamento do princípio quatro da economia, trazido por Mankiw (2001), sobre as tomadas de decisão individual.

Como as pessoas tomam decisões comparando custos e benefícios, seu comportamento pode mudar quando os custos ou os benefícios se alteram. Isto é, as pessoas respondem a incentivos (...) o efeito do preço sobre o comportamento de compradores e vendedores de um mercado é fundamental para entender como funciona a economia (MANKIW, 2001, p.7).

Uma das preocupações das ciências econômicas é a relação de causa e efeito. Ainda que tratamos de realidades complexas, o objetivo dos métodos econômicos é se aproximar das explicações dos fenômenos, como, por exemplo, o Campeonato Brasileiro de 1999, ou pelo menos tecer reflexões que nos ajudem a ponderar sobre situações futuras.

Em um gráfico como o da curva de demanda não há dúvida quanto a causa e efeito. Uma vez que o que varia é o preço, e as demais variáveis são mantidas constantes, sabemos que a variação dos preços provoca alterações na quantidade demandada (...) quando se constrói gráficos de dados do mundo real há mais dificuldades em estabelecer como uma variável afeta a outra (MANKIW, 2001, p.43).

Um dos problemas da economia está em manter tudo constante para avaliar como uma variável afeta a outra. Nesse casos, duas situações podem influenciar a interpretação: variável omitida e causalidade reversa. A primeira

trata de elementos que podem não figurar na análise e que influenciem os resultados. O segundo é quando a conclusão que A causa B, sendo que na verdade B que causa A (MANKIW, 2001, p.43).

No nosso caso, a inferência proposta é a relação entre baixar o preço dos ingressos por um período e o aumento de público decorrente desse escolha. O que observamos no Campeonato Brasileiro de 1999 aplicado pelo Atlético-MG é uma diferença no movimento de correção e ajustes de preços que podem gerar efeitos econômicos de longo prazo.

Primeiro durante a fase classificatória ajustou-se o preço a uma possível expectativa de maior demanda, reduzindo o ingresso. O resultado, ainda que influenciado por outras variáveis, foi o aumento da média de público em comparações com os anos anteriores. Depois corrige-se o preço a valores anteriores à redução, conforme descrito acima, efeito que desloca a curva da demanda para esse novo momento de maior apelo (finais ou jogos decisivos). Nesse caso, a demanda torna-se menos elástica e propensa a aumento de preço. Cabe ressaltar que durante toda a temporada preservou-se a estratificação de classe em setores voltados para o público de alta renda.

Diante desse quadro, no qual a variável desempenho da equipe foi de certa forma controlada se compararmos a campanha dos dois times mineiros, as inferências quanto ao resultado da política de preço torna-se mais representativa.

Os efeitos de longo prazo dessa experiência de política de preços que inclui desde o início e não exclui na fase de maior apelo, pode ser analisada a partir de uma correlação entre a dimensão cultural envolvida no estádio, o benefício marginal do torcer e o grau de envolvimento com consumo/atividade.

Como construído no item sobre lazer e emoção, torcer em estádios envolve práticas culturais que significam a experiência de formas peculiares e compartilhadas pelos torcedores. Esse processo é historicamente marcado por relações intergeracionais, como demonstra a pesquisa de Santana e Silva (2018):

A relação com o estádio na formação do torcedor foi recorrente nas entrevistas. Seja pela lembrança da primeira vez em que foram ao estádio, ou mesmo como parte de uma tradição familiar, como nos mostram os trechos das entrevistas a seguir: Eu tenho uma lembrança marcante assim de infância que é um retrato rápido de um dia que eu fui de geral no Mineirão, que me lembro que o dia foi, eu acredito, que tenha

sido a primeira vez que eu tenha ido ao estádio (...) Ele até me contou uma estória de que o avô dele tinha uma cadeira cativa no Mineirão, que passou pro pai dele. Mas esse meu avô acabou perdendo a cadeira cativa no jogo. E o meu pai frequentou durante um tempo com ele. Mas depois que meu pai parou de ir com meu avô ele optou por poucas vezes em ir ao estádio. Então eu tive algumas oportunidades de ir com o meu pai na pré-adolescência, 13, 14 anos, no estádio, que ele me levava (SANTANA e SILVA, 2018, p.129)

Existe um processo de formação envolvido no torcer que é diretamente afetado pelo hábito de ir ao estádio. Essa recorrência produz um tipo de envolvimento e experimentação do torcer que subverte o paradigma neoclássico de utilidade marginal.

O economista tem dificuldade em explicar aqueles consumos que são mais sensíveis, a priori, aos fatores psicológicos e sociológicos do que aos econômicos. Parte-se da hipótese de que a utilidade, isto é, a satisfação que obtém com seu consumo, decresce proporcionalmente ao aumento desse consumo: ele consome uma unidade adicional de um bem enquanto a utilidade marginal desse bem for superior a seu custo marginal. No melhor dos casos, a utilidade marginal é igual ao preço (BENHAMOU, 2007, p.29).

Assim como nas discussões envolvendo a economia da cultural, observada por Benhamou (2007), o futebol e o torcer em estádios apresenta uma peculiaridade dentre aos outros consumos: quanto maior a exposição e imersão mais é possível notar o desejo da experiência e os seus efeitos em um tipo demanda contínua. A autora vai dizer em sequência que os consumos culturais não se prestam a esse tipo de análise de utilidade marginal neoclássica, nesses casos: o prazer e a vontade de consumir aumenta proporcionalmente ao consumo. Para Benhamou (2007, p.30), os gostos parecem evoluir no curso do tempo, contrariamente ao princípio de racionalidade dos consumidores.

Marcellino (2002, p.21) contribui com essa discussão quando pondera sobre o conceitos de atividade e passividade no campo do lazer feitas por Dumazedier. Para o autor, tanto a prática, como o consumo, poderão ser ativos ou passivos,

dependendo do nível de participação da pessoa envolvida. Um espectador ativo teria como características a seletividade, a sensibilidade, a compreensão, a apreciação e a explicação. Esse envolvimento produzido por essa imersão significa ainda mais a relação com o torcer.

O que se observa então diante as variáveis observadas estaticamente e as ponderações dos autores diante a essa dimensão que extrapola a racionalidade econômica, é que: uma política de ajuste de preços prolongada - que envolva reduções sistemáticas ajustadas as peculiaridades de cada campeonato e momento da competição, além de correções que não privem parte dos torcedores de menor poder aquisitivo em momentos de maior apelo - influenciada pelas variáveis peculiares do universo do torcer, pode ser uma alternativa econômica eficiente e eficaz, obtendo resultados não excludentes. Nesse caso, a adequação de longo prazo nos preços que permita um aumento percentual consistente na taxa de ocupação dos estádios pode gerar efeitos econômicos superiores ao atual e de forma mais previsível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou compreender as transformações econômicas ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018. Para isso, traçou-se o comportamento no preço dos ingressos durante o período correlacionando com variáveis econômicas representativas, além de registrar a taxa ocupação do estádio durante o período analisado.

Os estudos acadêmicos de uma série histórica do comportamento dos preços dos ingressos em estádio de futebol são ainda inexpressivos. A opção por uma pesquisa quantitativa deu-se pelo interesse de dimensionar economicamente e empiricamente o debate público e acadêmico sobre a elitização do futebol, mensurando através de referenciais econômico-representativos o fenômeno.

Os dados tratados através da estatística descritiva foram capazes de traçar graficamente a evoluções dos preços dos ingressos de maneira que fosse possível identificar padrões e inferir sobre fenômenos internos e externos que influenciam o torcer em estádios. A escolha das variáveis representativas cumpriram a função de dimensionar os resultados econômicos para o debate público e acadêmico.

Algumas constatações foram identificadas como mais relevantes na explicação das transformações ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão. A primeira delas trata da relação da macroeconomia com o mercado de ingressos.

A baixa correlação com a inflação observada permite inferir que o preço dos ingressos é pouco influenciado pelo comportamento geral dos preços do mercado.

Porém, do ponto de vista da renda média do torcedor observa-se que as mudanças macroeconômicas, como por exemplo o aumento real do salário do mínimo, contribuem para a dimensionar o custo de oportunidade envolvido na decisão de ir ao estádio. Além disso, escolhas que estão relacionadas à definições na esfera de política macroeconômica, como a escolha de sediar a Copa do Mundo de 2014, produzem efeitos diretos e alheios à autonomia do mercado interno do futebol.

O funcionamento microeconômico explica algumas transformações como a política de preços dinâmicos observados após 2013 e as influências do programa de sócio torcedor. Constatou-se que com a reinauguração do Mineirão para Copa do Mundo os preços dos ingressos que antes apresentavam uma relativa estabilidade entres os diferentes momentos da competição, começa a funcionar com variações de curto prazo com preços dinâmicos de acordo com a expectativa de público do jogo ou da competição. Além disso, o Programa de sócio torcedor mudou a relação de acesso ao ingresso, vinculando parte dos torcedores à uma mensalidade que lhe dá direito a descontos e prioridade de compra.

Esses elementos do universo microeconômico e macroeconômico do futebol somados são os elementos identificados pela pesquisa como principais no debate público e acadêmico de elitização do torcer em estádios, e no nosso caso o Mineirão. Do ponto de vista econômico, estes são os fenômenos empíricos a serem destacados para essa percepção: as observações de relativo aumento geral nos preços dos ingressos antes e depois da Copa do Mundo, a elevação dos preços em momentos de maior apelo em proporções diferentes da observada entre 1994 e 2010 e a política de preços e desconto voltada para o sócio torcedor que encarece desproporcionalmente o acesso ao não sócio.

O fenômeno da elitização apresenta dimensões simbólicas que não foram objeto de análise da pesquisa, mas que cabem ressaltar como barreiras possíveis do lazer futebolístico em estádios. A primeira delas são as mudanças arquitetônicas e de reestruturação do espaço ocorridas pela reforma para Copa do Mundo. O discurso de alinhamento com modelo estético europeu, uma disciplina organizacional do próprio torcer, além intervenções observadas com um modelo americano de espetáculo imperou no discurso de padrão FIFA.

A ruptura temporal de acesso ao estádio (devido ao fechamento para as reformas da Copa do Mundo de 2014), o novo modo de se comportar na arquibancada;

as novas modalidades de acesso ao ingresso e somado aos elementos econômicos produzem os contornos da exclusão discutida no ambiente público e privado.

Em contrapartida, avanços são observados nesse cenário como a maior participação do público feminino nos estádios, ou mesmo a própria facilidade de torcedores de outras regiões comprarem seus ingressos. Entretanto, diversos questionamentos são pertinentes: diante a taxa de ocupação dos estádios, os ajustes de curto prazo observados a partir de 2013 para jogos de maior apelo é uma opção eficiente do ponto de vista econômico? A fidelização comercial de um perfil de torcedores de maior poder aquisitivo é eficaz no longo prazo, ou se trata de uma repetição de padrões imediatistas observados em outras esferas do futebol profissional brasileiro - como a gestão dos clubes e dos atletas? Ou seja, um torcedor fidelizado comercialmente não seria mais sensível à momentos de baixo desempenho da equipe e gerador de renda apenas em momentos de grande apelo? Será que no longo prazo uma fidelização que envolva uma diversidade maior de torcedores não geraria ganhos econômicos mais consistentes, previsíveis e superiores, pensando em escala? Qual o valor econômico agregado indiretamente em marca; produtos de consumo e direitos televisivos de uma torcida com alto índice de fidelização? Com os PST os times não ganhariam mais margem para outras políticas de preço? É possível um maior equilíbrio entre sócios e não-sócios que considere a relevância da fidelização para o faturamento do clube?

Encarado como um bem e diante das percepções de consumo e recursos limitados dos torcedores, o futebol apresenta cada vez mais o que economia chama de bens substitutos. O lazer e a indústria do entretenimento apresentam possibilidades de fruição que concorrem com o torcer em estádios. Para o nosso interesse, essas possibilidades podem ser divididas na esfera do ambiente público e privado, além de pertencer, ou não, ao universo do futebol.

O torcer estádios, então, disputa espaço diretamente com: o futebol internacional, as modalidades privadas e públicas de assistir um jogo e os próprios jogos digitais. Cabe ressaltar que, concorrentemente, essas atividades também podem agregar a experiência do torcer em estádios. E indiretamente com: shows musicais, cinema, streamings, redes sociais e atividades de lazer ao ar livre.

Se o objetivo na mercantilização do futebol é preponderar a racionalização econômica o que está posto é uma incongruência dessa lógica. Nem se valoriza adequadamente a dimensão histórica e cultural do torcer e nem obtemos uma transformação efetiva no modo de gerenciar economicamente o futebol. Ainda que se observa um resultado na arrecadação e, sendo o futebol um bem, será que

do ponto de vista econômica ele está operando em sua maior eficiência e eficácia? Será que essa adequação à lógica da teoria dos preços, de uma avaliação de curto prazo de oferta e demanda a partir da expectativa e do apelo emocional envolvida em uma partida é a mais efetiva? O que podemos aprender com a experiência do próprio futebol brasileiro e a experiência empírica do estádio Mineirão? Como modelos europeus devidamente pensados em seus respectivos cenários podem influenciar positivamente e de maneira crítica nosso cenário atual de taxa de ocupação dos estádios? Como adaptar e extrair o melhor das peculiaridades de cada campeonato com uma política de preços dinâmica coerente?

Tais perguntas instigam o debate necessário entre os envolvidos na produção do futebol: clubes, administradoras de estádio, poder público, torcedores, federações de futebol e mídia. Todos esses atores exercem influência no campo do futebol e têm objetivos diferentes e em comum.

O agenciamento desses interesses intermediados por relações econômicas é favorecido por pesquisas que dimensionem quantitativamente a experiência do torcer em estádios, possibilitando um melhor diagnóstico e possíveis tomadas de decisão por esses agentes, gestores e atores do futebol.

O Estado pode promover o debate, entendendo o futebol como um lazer historicamente construído, assumindo assim uma responsabilidade de intermediação desses atores. Os clubes e a própria concessionária do Mineirão também podem fazer (e já o fazem do ponto de vista do marketing nação azul; time do povo) de forma mais ampliada, com interesse, majoritariamente econômica, essa discussão. Mas não é uma exigência, não se trata de uma obrigação legal, a princípio, do time promover inclusão social pelo acesso a ingressos mais baratos. Porém, o resultado podem extrapolar o faturamento de bilheteria e promover valorização da marca e o real aumento de ganhos indiretos como os direitos pagos pela televisão.

Iniciativas como a estratificação maior do programa sócio torcedor do cruzeiro e promoções agregadas de campeonatos já sinalizam possibilidades de se debruçar sobre o tema. Entretanto, não se percebe efetivamente um plano para ampliar a taxa de ocupação dos estádios e suavizar a exclusão em momentos de maior apelo. Essa racionalidade econômica, somada a uma sensibilidade à produção histórico cultural do futebol, parece ainda não figurar na agenda gestores do futebol.

Por ser uma experiência social complexa, que envolve tomada decisões econômicas e significados culturais, as iniciativas exigem um ciclo de testes de longo prazo. Esse equilíbrio necessário entre oferta e demanda é capaz de produzir um caminho de superação do paradigma imediatista do futebol brasileiro.

Este é um trabalho que se propõe a ser um diagnóstico de um fenômeno, que apesar de não focar em estudos de cenários ou soluções possíveis, anuncia com os próprios resultados possibilidades. Outras pesquisas são necessárias para ampliar e aprofundar esse importante debate. O estádio precisa resgatar seu espaço de diversidade econômica, retomando uma maior centralidade na formação do torcedor, promovendo opções de lazer no ambiente público, eliminado ao máximo suas barreiras econômicas e oferecendo possibilidades de acesso a certos tipos de emoção a um número cada vez maior de torcedores.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. **Manual de história oral**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2004.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, 05 de out 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em jun 2019.

CATTONI de Oliveira, Marcelo Andrade. **Devido Processo Legislativo**: uma justificação Democrática do Controle Jurisdicional de Constitucionalidade das Leis e do Processo Legislativo. 2 ed. Belo Horizonte. Mandamentos, 2006, p. 53-85.

CARNEIRO, R. G. Antropologia das Emoções: retomando concepções e consolidando campos. **Physis** (UERJ. Impresso), v. 23, p. 647-652, 2013.

BLUMENSCHIEIN, Fernando; NAVARRO, Diego. **Política Externa**. FGV, v. 22, n.2 out/nov/dez 2013. Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/>. Acesso em fev 2019.

EARP, F.S.S. O que é economia do entretenimento? In: Fabio Sá Earp. (Org.). Pão e Circo. **Fronteiras e Perspectivas da Economia do Entretenimento**. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, p. 17-40, 2002. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/o_que_e_a_economia_do_entretenimento.pdf

FILGUEIRAS, Luiz. O neoliberalismo no Brasil: estrutura, dinâmica e ajuste do modelo econômico. Em publicação: **Neoliberalismo y sectores dominantes**. Tendencias globales y experiencias nacionales. BASUALDO, Eduardo M.; ARCEO, Enrique. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Agosto 2006. ISBN: 987-1183-56-9. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/basua/C05Filgueiras.pdf>. Acesso em: 25 de maio 2019.

GOMES, Christianne; PINHEIRO, M. F. G. ; LACERDA, L. L. L. . **Lazer, turismo e inclusão social**: intervenção com idosos. 1.ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010. v. 1. 127p.

MARCELLINO, N. C. **Estudos do lazer**: uma introdução. 3.ed. Campinas: Autores Associados, 2002.

MANKIW, N.G. **Introdução à Economia**: princípios de micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MORADO NASCIMENTO, Denise; FREITAS, D. M. Ampliação do conceito de PPP para compreender seu papel no processo de neoliberalização. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL, 17, 2017, São Paulo. São Paulo: Anpur, 2017. v. 1. p. 1-14.

LAGES, Carlos Eduardo D. M; SILVA, S. R. Futebol e lazer: diálogos e aproximações. **Licere** (Centro de Estudos de Lazer e Recreação. Online), v. 15, p. 1-13, 2012.

OLIVEIRA, Nelma Gusmão de. **O poder dos jogos e os jogos do poder**: os interesses em campo na produção de uma cidade para o espetáculo esportivo. 308 f., 2012. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/42/teses/789442.pdf>. Acesso em março 2019.

GOMES, Ana M. R; FARIA, Eliene L. **Lazer e diversidade cultural**. Brasília: SESI/DN, 2005.

GOMES, Christianne; MELO, V. A. Lazer no Brasil: Trajetória de estudos, possibilidades de pesquisa. **Movimento** (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 9, p. 23-44, 2003.

GOMES, Christianne; PINHEIRO, M. F. G. ; LACERDA, L. L. L. **Lazer, turismo e inclusão social:** intervenção com idosos. 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010. v. 1. 127p .

GOMES, Christianne Luce. Lazer – Conceções. In: _____. (Org). **Dicionário crítico do lazer.** Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

GUIZZO, Érico M. Internet: **O que é, o que oferece, como conectar-se.** São Paulo: Ática, 1999.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade.** São Paulo: UNESP, 1991.

GIULIANOTTI, Richard. Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. Recorde: **Revista de História**, n. 163, 2012. Disponível em: https://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/204400_recordeV5N1_2012_11.pdf. Acesso em mar 2019.

GERALDINOS. Direção: Pedro Asbeg, Renato Martins. Brasil. Palmares Produções e Jornalismo, Jackeline Filmes, 2015. HD.

HIRATA, Edson; PILATTI, Luiz Alberto. **Modernidade e a indústria do entretenimento:** o produto esporte moderno. Lecturas Educación Física y Deportes, Buenos Aires, n.104, 2007.

KUHN, Thomas S. **A estrutura das revoluções científicas.** 5. ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A, 1997.

LASCHEFSKI, K. Licenciamento e equidade ambiental: as racionalidades distintas de apropriação do ambiente por grupos subalternos. In: ZHOURI, A. (org.). **As tensões do lugar:** hidrelétricas, sujeitos e licenciamento ambiental. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.

MAYOR, S. T. S. ; SILVA, S. R. . Os discursos governamentais nas estratégias de reformado Novo Mineirão: modernização e tradição no jogo que acontece fora das quatro linhas. **Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso**, v. 14, p. 57-77, 2014.

MORIN, Edgar. **O Enigma do Homem:** para uma nova antropologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa I.** Campinas, SP: [s. n.], 1998. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/275330>. Acesso em mar 2019.

PRONI, M. W.; SILVA, L. O. **Impactos econômicos da Copa do Mundo de 2014: projeções superestimadas.** Texto para Discussão (Campinas), v. 211, p. 1-24, 2012.

REZENDE, Claudia Barcellos ; COELHO, M. C. P. **Antropologia das emoções.** 1. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2010. 136p . Edição do Kindle.

SANTANA, T. J. S.; SILVA, S. R. O processo de mercantilização do torcer em belo horizonte: reflexões a partir de um programa de sócio torcedor. **Revista Brasileira De Estudos do Lazer**, v. 5, p. 124-142, 2018.

SOFFIATI, Arthur. A contribuição da eco história para a compreensão da crise ambiental da atualidade e para a formação da ecocidadania. **Revista Vitas: visões transdisciplinares sobre ambiente e sociedade**, v. 1, p. 1-17, 2012.

WERNECK, Christiane L. G.; ISAYAMA, Hélder F. Lazer, cultura, indústria cultural e consumo. In: WERNECK, Christiane L.G.; STOPPA, Edmur A.; ISAYAMA, Hélder F. **Lazer e mercado.** Campinas: Papirus, 2001. p.45-69.



