

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS

JANAEL DA SILVA ALVES

**A INFLUÊNCIA DE UM TIME DE FUTEBOL EM UMA ECONOMIA
LOCAL: INVESTIMENTOS PÚBLICOS E A PERCEPÇÃO DA
POPULAÇÃO**

Varginha/MG

2014

JANAEL DA SILVA ALVES

**A INFLUÊNCIA DE UM TIME DE FUTEBOL EM UMA ECONOMIA
LOCAL: INVESTIMENTOS PÚBLICOS E A PERCEPÇÃO DA
POPULAÇÃO**

Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Gestão Pública e Sociedade pela Universidade Federal de Alfenas, *campus* Varginha. Área de concentração: Gestão Pública e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Lacerda Rezende.

Varginha/MG

2014

Alves, Janael da Silva.

A influência de um time de futebol em uma economia local :
investimentos públicos e a percepção da população / Janael da Silva
Alves. - 2014.

86 f. -

Orientador: Marcelo Lacerda Rezende.

Dissertação (Mestrado em Gestão Pública e Sociedade) -
Universidade Federal de Alfenas, *campus* Varginha, 2014.
Bibliografia.

1. Futebol - Aspectos econômicos. 2. Futebol - Investimento
público. 3. Clubes de futebol - Investimento. I. Rezende, Marcelo
Lacerda. II. Título.

CDD: 338.477963340981

JANAEL DA SILVA ALVES

A INFLUÊNCIA DE UM TIME DE FUTEBOL EM UMA ECONOMIA LOCAL: INVESTIMENTOS PÚBLICOS E A PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO

A Banca examinadora abaixo-assinada aprova a Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Gestão Pública e Sociedade pela Universidade Federal de Alfenas, *campus* de Varginha. Área de concentração: Gestão Pública e Sociedade.

Aprovada em:

Prof. Dr. Marcelo Lacerda Rezende

Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG

Assinatura:

Prof^a Dr.^a Luciene Resende Gonçalves

Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG

Assinatura:

Prof. Dr. Marco Antonio Bettine de Almeida

Universidade de São Paulo - USP

Assinatura:

Ainda que eu tenha ingressado em um Programa de Mestrado por meio de processo seletivo, reconheço e afirmo que não tenho uma inteligência privilegiada, nem tampouco sou organizado, metódico ou sistematizado. Esforçado o sou. Como todos os outros colegas que dividiram ao longo desses dois longos anos, nossas vidas entre trabalho, família e intensas atividades acadêmicas. Além de esforçado, sobretudo, reafirmei minha identidade de sonhador. Sonhador sem muitos compromissos, senão com meus próprios momentos de perdidos sonhos... minhas fraquezas, minhas tristezas e alegrias, por meio do qual me comprometi, tentando dar o meu máximo ao todo, apenas por meio desse eu mesmo livre, que sempre existiu e que ainda mais se revelou. Sabendo construir meu caminho dessa forma; fui me realizando!

Portanto, dedico este trabalho a Deus e à minha família: esposa Iraci, filhos Kaleb, Susana e Daniel. A meus pais e irmãos.

Janael da Silva Alves

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, a meus pais, família e familiares.

Ao professor Marcelo Lacerda Rezende, pela dedicação ímpar na orientação deste trabalho. À professora Luciene Resende Gonçalves e demais professores do programa de Pós-Graduação em Gestão pública e Sociedade pela dedicação ao programa.

A todos os alunos da UNIFAL-MG *campus* Varginha, aos alunos e servidores do Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública e Sociedade. Aos colegas de turma pela companhia na jornada e por proporcionarem momentos de convivência e cooperação.

À Universidade Federal de Alfenas sem a qual essa conquista não seria possível.

Aos que colaboram com a pesquisa na coleta de dados e tabulação: Meus filhos Kaleb Lucas, Susana Raquel, Iraci Alexandre e Daniel Ângelus, e aos demais professores e amigos que fizeram revisões e ofereceram contribuições.

Meu muito obrigado!

O futebol sintetiza muito bem a dialética entre identidade nacional, globalização e xenofobia dos dias de hoje. Os clubes viraram entidades transnacionais, empreendimentos globais. Mas, paradoxalmente, o que faz o futebol popular continua sendo, antes de tudo, a fidelidade local de um grupo de torcedores para com uma equipe [...].

(HOBSBAWM, 2007)

RESUMO

A possibilidade de que a existência de um time de futebol em uma determinada localidade tenha a capacidade de atrair investimentos econômicos e melhorar o desempenho da economia, vem sendo o argumento de governantes e dirigentes que defendem o apoio financeiro às equipes. Com base em alegações como esta, a partir do ano de 2010, algumas equipes de futebol do Brasil deram início a um movimento de realocação espacial, fenômeno recente que teve como pano de fundo motivacional o fator econômico, sendo oferecido a estas equipes incentivos por meio de subsídios públicos ou cessão de administração e exploração econômica, por vezes gratuita de equipamentos esportivos públicos. Partindo da hipótese de que existam impactos positivos na economia de uma localidade em razão da atividade futebolística, e também, de que a população local primeiro desejava uma equipe de futebol no município apoiando, portanto os investimentos do poder público na equipe, hipóteses estas que tiveram por base a bibliografia nacional existente e também por meio de conversas com atores que estão envolvidos no processo. Buscou-se investigar se ocorrem impactos econômicos positivos para um município em virtude da existência de um time de futebol e qual a percepção que os atores envolvidos no processo têm em relação a este impacto. Foi realizada uma pesquisa exploratória que tomou por respondentes de 290 questionários estruturados, como amostra da população de um município do Sul de Minas Gerais, 54 comerciantes do setor de serviços e ainda uma amostra com 1100 frequentadores dos jogos de futebol que ocorreram ao longo do ano de 2013 nesse mesmo município. A análise quantitativa demonstrou que o investimento realizado pelo poder público para manter a equipe, em relação à capacidade de geração de recursos por parte desse time de futebol não se mostrou compensatória para a municipalidade do ponto de vista econômico, quando se faz a relação de custo benefício, que é o que se vai discutir. A pesquisa exploratória também demonstrou que os atores envolvidos na interação: futebol, financiamento público de times e retorno econômico possuem uma ideia objetivada da relação de impactos positivos e ganhos para a coletividade, o que vai sendo desconstruído quando são aprofundadas questões que tratam da realidade e do cotidiano desses atores, isto por meio de perguntas específicas que pudessem ser relacionadas com os impactos econômicos pretendidos.

Palavras-chave: Futebol - Aspectos econômicos. Investimento público - Futebol. Realocações.

ABSTRACT

The possibility of the existence of a football team in a particular locality has the ability to attract economic investment and improve the performance of the economy, has been the argument of rulers and leaders who advocate financial support to the teams. Based on allegations like this, from the year 2010, some soccer teams in Brazil began a movement space reallocation recent phenomenon had as background the economic motivational factor, these incentives being offered to teams through public subsidies or transfer of administration and economic exploitation, sometimes free public sports equipment. Assuming that there are positive impacts on the economy of a locality by reason of soccer activities, and also, that the local people first wanted a football team in the county, thus supporting the investments of public power in the team, that these assumptions were based on existing national literature and also through conversations with actors who are involved in the process. We sought to investigate whether positive economic impacts occur to a municipality by virtue of the existence of a football team and the perception that the actors involved in the process have regarding this impact. An exploratory research that took 290 respondents by structured questionnaires, as a sample of the population of a municipality in southern of Minas Gerais state brazilian, 54 merchants of the service sector and even a sample with 1100 goes football matches that took place throughout the year was held 2013 in that county. Quantitative analysis demonstrated that the investment made by the government to keep the team in relation to the capacity to generate resources by this football team was not compensatory for the municipality's economic point of view, when it is both cost benefit, which is what we will discuss. Exploratory research has also demonstrated that the actors involved in the interaction football, public finance and economic return teams have an objectified view of the relationship of positive impacts and benefits for the community, which is being deconstructed depth issues when dealing with reality and the daily lives of these actors, by means of specific questions that could be related to the expected economic impacts.

Keywords: Football - economic aspects. Public investment - Football. Relocations.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|---------------|---|
| CBF | – Confederação Brasileira de Futebol |
| CONFED | – Conselho Federal de Educação Física |
| FGV | – Fundação Getúlio Vargas |
| fi | – Frequência simples |
| Fi | – Frequência acumulada |
| Fri | – Frequência relativa |
| GEFUT | – Grupo de Estudos Sobre Futebol e Torcidas |
| H1 | – Hipótese 1 |
| H2 | – Hipótese 2 |
| H3 | – Hipótese 3 |
| IBGE | – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| MAS | – Metropolitan statistic area |
| MDM | – Metas para o Desenvolvimento do Milênio |
| ONU | – Organização das Nações Unidas |
| PFL | – Pessoas de Fora da Localidade |
| PIB | – Produto Interno Bruto |
| PM | – Ponto Médio |
| RDP | – Resolução da Presidência |
| SPSE | – Simpósio Paulista de Sociologia do Esporte |
| UFMG | – Universidade Federal de Minas Gerais |
| USP | – Universidade de São Paulo |

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Trajetória histórica das fases do futebol e mudança de finalidade | 24 |
| Gráfico 1 - Distribuição das teses, dissertações, anais e periódicos representados em porcentagem por temas de estudo | 17 |
| Gráfico 2 - Renda mensal dos respondentes | 43 |
| Gráfico 3 - Tendência comparada das três Hipóteses | 47 |
| Gráfico 4 - Percepção dos empresários de aumento atividade econômica ... | 49 |
| Gráfico 5 - Relação entre porcentagem de PFL e a média de valores gastos no Comércio | 52 |
| Tabela 1 - Tabela de frequência de idades | 41 |
| Tabela 2 - Tempo emprego ou desemprego dos respondentes em número de meses | 43 |
| Tabela 3 - Respostas dos entrevistados às questões relacionadas com a hipótese 1 | 44 |
| Tabela 4 - Respostas dos entrevistados às questões relacionadas com a hipótese 2 | 45 |
| Tabela 5 - Resposta dos entrevistados às questões relacionada com a hipótese 3 | 46 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 13 |
| 2 | ESTUDOS SOBRE O FUTEBOL NO CONTEXTO ESPORTIVO, SUA EVOLUÇÃO E MUDANÇA DE FINALIDADE | 16 |
| 2.1 | ALGUNS ESTUDOS BRASILEIROS QUE TRATAM DO FUTEBOL E DA ATIVIDADE ESPORTIVA NO CAMPO ECONÔMICO | 16 |
| 2.2 | A CHEGADA DO FUTEBOL EM UM NOVO MOMENTO HISTÓRICO, GESTÃO EMPRESARIAL E AS MUDANÇAS NO BRASIL: A BUSCA DE ESTRUTURA E RECURSOS PÚBLICOS | 22 |
| 2.3 | INEXISTÊNCIA DE RETORNO ECONÔMICO ADVINDOS DE INVESTIMENTO PÚBLICO EM EQUIPES ESPORTIVAS: UMA ABORDAGEM DA LITERATURA INTERNACIONAL | 28 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 33 |
| 3.1 | PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS REFERENTE À PERCEPÇÃO DE ALGUNS STAKEHOLDERS EM UM CASO DE PARCERIA ENTRE UMA EQUIPE DE FUTEBOL PROFISSIONAL E UM MUNICÍPIO DO SUL DE MINAS GERAIS | 33 |
| 3.2 | ESTUDO COM A POPULAÇÃO | 34 |
| 3.2.1 | Amostra | 36 |
| 3.3 | ESTUDO COM COMERCIANTES DO SETOR DE SERVIÇOS | 38 |
| 3.4 | ESTUDO COM OS FREQUENTADORES DO ESTÁDIO | 39 |
| 4 | RESULTADOS | 41 |
| 4.1 | PESQUISA COM A POPULAÇÃO | 41 |
| 4.2 | PESQUISA COM OS COMERCIANTES DO SETOR DE SERVIÇOS | 48 |
| 4.3 | PESQUISA COM OS FREQUENTADORES DO ESTÁDIO DE FUTEBOL | 51 |
| 5 | DISCUSSÕES DOS RESULTADOS | 53 |
| 5.1 | O IMPACTO DE UM TIME DE FUTEBOL NA ECONOMIA LOCAL: A PERCEPÇÃO DE ALGUNS STAKEHOLDERS NO CASO DA PARCERIA ENTRE UM TIME DE FUTEBOL E UM MUNICÍPIO DO SUL DE MINAS GERAIS | 53 |
| 5.2 | DISCUSSÕES SOBRE OS DADOS GERADOS A PARTIR DO PÚBLICO DE FORA DA LOCALIDADE (PFL) | 62 |

| | | |
|----------|---------------------------|-----------|
| 6 | CONCLUSÃO | 67 |
| | REFERÊNCIAS | 71 |
| | BIBLIOGRAFIA | 77 |
| | APÊNDICES | 79 |
| | ANEXOS | 84 |

1 INTRODUÇÃO

Investimentos nos esportes em geral vêm sendo apontados em todo o mundo como forte indutor de crescimento e desenvolvimento para a economia. Há quem defenda a ocorrência da geração de empregos, aumento da renda e do Produto Interno Bruto (PIB) dos municípios como um retorno econômico certo para a sociedade ao serem realizados, pelo poder público, investimentos em estádios ou equipes esportivas.

Alguns autores como Siegfried e Zimbalist (2000), Leoncini e Silva (2005), Horne e Manzenreiter (2005), Preuss (2008), Rodrigues et al (2008) e Blumenshein e Nedal (2010) buscam destacar as atividades esportivas e o futebol como importante fonte geradora de renda e catalizadoras do crescimento local. Esse discurso é frequentemente reproduzido por alguns atores que estão inseridos nesse cenário de investimentos em clubes esportivos.

Na busca de uma melhor investigação dessas alegações, autores da academia estrangeira, e aí se destacando Baad (1990,1994), Coates e Humphreys (1998, 2000, 2001, 2003, 2008) da academia norte americana e também os de alguns países europeus como Davies (2002), têm buscado verificar se realmente ocorrem retornos econômicos para uma localidade em função da mudança ou da existência de uma equipe esportiva uma vez que esta ocorrência é defendida como certa por parte de dirigentes esportivos, governantes e parte da literatura chamada *promoter*.

No Brasil, em relatório produzido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2000), o futebol é destacado como importante fonte de renda e geração de empregos. Nesse sentido, autoridades locais são levadas a acreditar e difundir esse possível feito do futebol em favor da população e dos municípios.

Dentro desse contexto, de investimentos econômicos, a partir do final da primeira década do século XXI, equipes de futebol começam a se realocar no Brasil mudando-se de uma para outra cidade em busca de incentivos sendo que, as cidades que receberam estas equipes passaram a oferecer-lhes incentivos financeiros ou estruturais.

No cenário descrito de realocações e investimentos, está o caso da relação de parceria entre um time de futebol profissional, pessoa jurídica de direito privado, que se transferiu de outra região do estado para um município do Sul de Minas Gerais, esta pessoa jurídica de direito público, que passa então a oferecer incentivos financeiros para a manutenção da equipe.

Com base nos trabalhos mencionados, partiu-se da hipótese de que a presença de um time de futebol em uma cidade traz impactos positivos para a sua economia, tendo o presente trabalho como objetivo geral estudar a possível ocorrência de impactos positivos, de um time de futebol que disputa competições em âmbito nacional, para a economia de uma cidade brasileira de médio porte. Mais especificamente verificar se existe por parte da população dessa localidade a percepção de benefícios materializados no cotidiano que possam ser atribuídas à parceria ou à presença de um time de futebol no município.

Este estudo busca um recorte de análise econômica do fenômeno futebol, numa relação de custo benefício para uma comunidade, entendido custos como os investimentos públicos, e benefícios os retornos para a econômica no cotidiano dos moradores, levando-se ainda em conta a nova realidade de mudança de sedes por parte de equipes de futebol e suas parcerias com o setor público, que por sua vez os vêm financiando.

Para uma melhor compreensão da relação futebol, sociedade, incentivos públicos e crescimento econômico foi conduzida uma pesquisa exploratória em município do Sul de Minas Gerais, por meio da qual se procurou identificar junto à população e comerciantes do setor de serviços se eles são capazes de, por meio de dados e da percepção de seu cotidiano, apontar esses possíveis ganhos defendidos por gestores.

A relação do custo benefício, da já citada parceria será realizada por meio de uma análise comparativa entre os incentivos públicos dispensados por esse município para a manutenção do time, em vista dos recursos que o time foi capaz de atrair, isto, se fazendo por meio da mensuração dos valores gastos pelos visitantes que se deslocaram de outras regiões para assistirem aos jogos da equipe.

A forma de trabalho para se realizar a mensuração, alicerçou-se nos estudos de Baade (1994) quando ele fala da necessária capacidade, de uma equipe esportiva atrair pessoas de fora da localidade (PFL) para assistirem o espetáculo esportivo. Se acaso essas pessoas acorrendo aos jogos consumirem ali produtos e

serviços ocorrerá então impacto positivo para a economia daquela localidade, o que ele denomina de exportação de serviços e importação de capital.

Destaca-se que além do aspecto econômico, o futebol tem importância como elemento agregador, forjador de identidade e manifestação cultural, exemplo de boas práticas para se obter ou manter a saúde, já tendo sido apontado por alguns estudiosos como o principal elemento de ascensão social no Brasil. Em Gomes (2000), ao citar aquele que é considerado por alguns, como um dos mais importantes estudiosos da sociedade brasileira, Gilberto Freyre, relembra ter ele destacado, para o momento em que escrevia, que a ocorrência de ascensão social do negro, do mulato ou do cafuzo no Brasil, em nenhum setor excedia em importância ao futebol. Esta constatação de Freyre (1947 apud GOMES, 2000) demonstra a importância do papel do futebol no campo social em determinado momento no Brasil.

Abordagem deste trabalho vai tratar das relações econômicas fornecerá importantes pistas para que a comunidade, diretores de clubes e gestores melhor se posicionem nas tomadas de decisões ante essa nova realidade de gestão de clubes no Brasil e a respectiva relação econômica entre equipes de futebol, governo e sociedade.

2 ESTUDOS SOBRE O FUTEBOL NO CONTEXTO ESPORTIVO, SUA EVOLUÇÃO E MUDANÇA DE FINALIDADE

Este capítulo buscará tratar da literatura existente e que aborde o futebol numa perspectiva econômica. Primeiramente no item 2.1 verificar-se-á alguns estudos brasileiros que abordem o futebol por esta perspectiva. Posteriormente no item 2.2 buscar-se-á apresentar um quadro geral da história do futebol no que diz respeito à motivação para a organização deste esporte, as transformações pelo qual ele foi passando até se chegar ao momento da capitalização predominante. E finalmente, no item 2.3 verificar-se-á na literatura estrangeira, que apresenta uma maior preocupação acadêmica com esta temática, quais têm sido as conclusões de seus estudos em relação aos incentivos públicos dados ao esporte e sua possível relação com algum dos alegados retornos econômicos para a localidade defendidos por gestores públicos.

2.1 ALGUNS ESTUDOS BRASILEIROS QUE TRATAM DO FUTEBOL E DA ATIVIDADE ESPORTIVA NO CAMPO ECONÔMICO

Uma classificação que diz respeito à distribuição das áreas em que ocorrem estudos sobre o futebol no Brasil, tem como referência o levantamento e a quantificação realizados pelo Grupo de Estudos Sobre Futebol e Torcidas (GEFUT), da Universidade Federal de Minas Gerais (SILVA, 2009). Nele aparecem os levantamentos realizados em teses, dissertações, periódicos, anais e livros. Nesta classificação, as abordagens do futebol enquanto espetáculo esportivo, história, identidade, legislação e literatura apontam para cerca de 50% das obras que foram verificadas, compreendidas entre os anos de 1980 até o ano de 2007, enquanto o estudo do fenômeno futebol no campo econômico não foi destacado, conforme se constata no Gráfico 1.

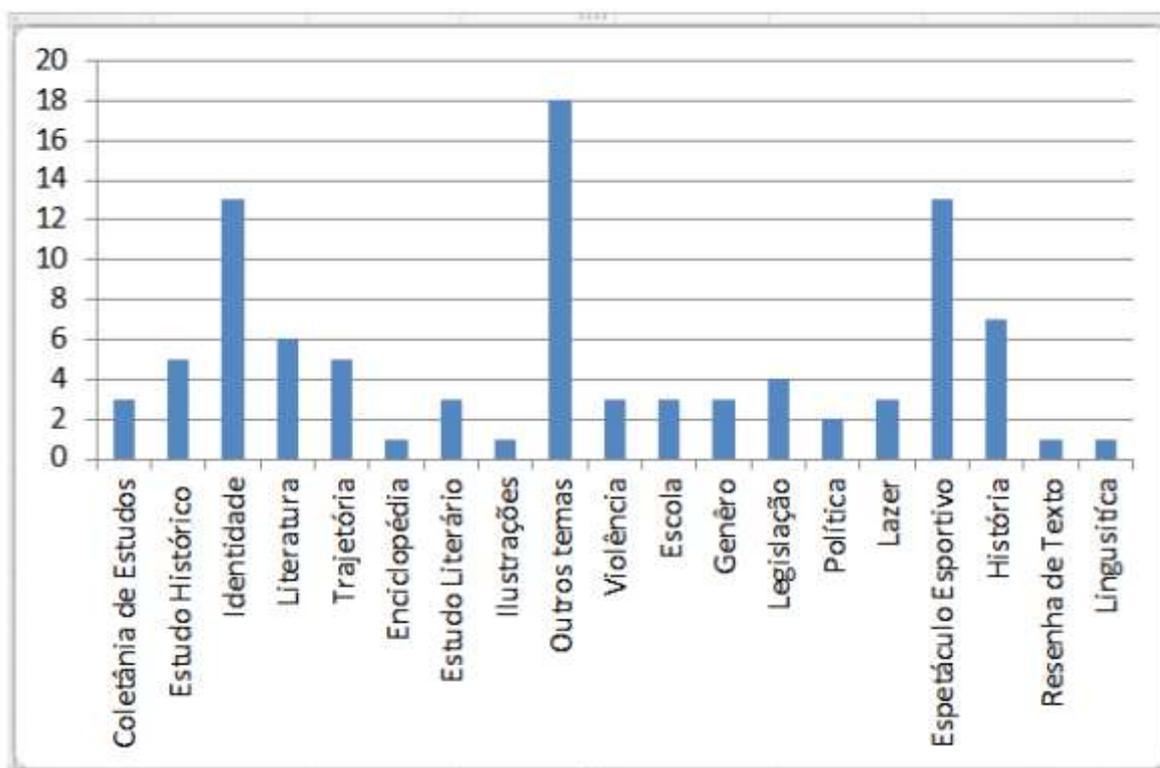


Gráfico 1 - Distribuição das teses, dissertações, anais, livros e periódicos representados em porcentagem por temas de estudo

Fonte: Adaptado pelo autor de SILVA, 2009.

Nesse cenário destacam-se quatro trabalhos que apresentam textos com algumas abordagens sobre o futebol e os esportes como potencial de desenvolvimento econômico. Estes trabalhos foram produzidos na primeira década do século XXI; um deles é o relatório produzido pela FGV (2000), outro é uma coletânea também da FGV, intitulada de Cadernos FGV Projetos com o tema: Futebol e desenvolvimento econômico-social (FGV, 2010, n. 13) e ainda um segundo trabalho da mesma entidade com o título: Futebol e desenvolvimento socioeconômico (FVG, 2013, n. 22).

É fundamental fazer uma distinção dos três primeiros estudos anteriormente citados, em relação ao quarto estudo, publicado pelo Conselho Federal de Educação Física (CONFEF) em parceria com o Ministério dos Esportes do Brasil em 2008. Este faz uma abordagem de um fenômeno recente e específico para a realidade particular brasileira, que são os megaeventos e Legados esportivos possuindo, portanto objeto diferente dos três estudos citados anteriormente, cujo foco da abordagem se colocou em torno do futebol em uma aplicação mais abrangente enquanto fenômeno social e econômico perene.

A publicação do CONFEF, realizado em parceria com o Governo Federal, traz uma grande coletânea com trabalhos de 71 autores, transcrição de conferências e entrevistas apontando diversas vantagens em investimentos nos esportes e principalmente nos grandes eventos esportivos.

Esta coletânea foi feita em função da copa do mundo de futebol no Brasil em 2014 e dos Jogos Olímpicos na cidade do Rio de Janeiro em 2016, com uma abordagem econômica que pode ser chamada de positivista, ou de “*promoters*”, conforme Baade (1994), por defenderem investimentos nesses espetáculos, que proporcionariam por sua vez retornos econômicos e sociais garantidos.

Apesar da abordagem sobre impactos dos megaeventos ser diferente da abordagem do futebol enquanto esporte perene, pois que este último ocorre por meio de campeonatos regulares e contínuos, vale destacá-la pois, se há diferença na estrutura destes eventos, existe uma convergência na essência do argumento econômico, que é do investimento público nos esportes com fins de obtenção de lucros ou a expectativa de que ele gere contrapartidas no campo econômico e social.

Conforme DaCosta e Miragaya (2008) a literatura e discursos que tratam dos volumes financeiros que envolvem os esportes, grandes eventos como Copa do Mundo de Futebol e dos Jogos Olímpicos vêm crescendo no país, principalmente em função da realização desses chamados megaeventos esportivos realizados nos anos de 2014 e 2016 respectivamente.

Como será apresentado, na seara econômica e social, o futebol é apontado como fator de lucro, geração de emprego e outros benefícios, também por governantes para justificar investimentos ou o oferecimento de instalações para times que estejam de mudança.

É possível verificar, no entanto, que o foco de quase todos os trabalhos sobre esportes na perspectiva econômica priorizam abordagens que tratam da importância da gestão profissional dos clubes em virtude desse potencial econômico, de suas arrecadações e investimentos milionários sem, contudo, tratar da relação de custos entre investimento público nos times e o retorno econômico materializado para a sociedade ou uma busca sistemática por identificá-los.

Apesar de estarem crescendo as abordagens a respeito do futebol no campo econômico, conforme afirmado por DaCosta e Miragaya (2008). Autores como Blumenschein e Nedal (2010) chamam a atenção para a falta de estudos que

sejam sistemáticos sobre o futebol nessa perspectiva. Também para esses autores, o futebol tem impacto sobre a balança comercial dos estados e gera renda e emprego para a população brasileira, sendo eles categóricos ao confirmar os impactos, na economia, advindos da atividade futebolística.

Ademais, a movimentação direta de recursos em função do futebol tem também como consequência impactos indiretos sobre outros setores da economia, visto que clubes, patrocinadores e outros agentes do futebol consomem insumos (materiais de trabalho, equipamentos etc.), produzidos por outras empresas, e empregam mão de obra, que, por sua vez, transforma parte dessa renda em consumo. Assim, ocorre um efeito multiplicador, no qual o valor agregado pelo setor termina por reverberar indiretamente, em maior ou menor grau, por todos os segmentos da economia. (BLUMENSCHNEIN; NEDAL, 2010, p. 42).

Apesar de confirmarem que o futebol possui distinta relevância para a economia do país, eles reiteram que o futebol no Brasil jamais foi alvo de estudos econômicos sistemáticos e recorrentes.

Vale destacar, que o estudo de Blumenschein e Nedal (2010) não exploram e nem comprovam esses alegados impactos positivos sobre renda ou geração de emprego na sociedade, e se limitam a chamar a atenção da possibilidade de melhora da gestão dos clubes para otimização de receitas e exploração de um possível potencial gerador de renda.

Leoncini e Silva (2005) afirmam que o futebol mundial é hoje um grande negócio e citando o relatório da FGV (2000), para o qual contribuíram, apresentam as cifras bilionárias do futebol no mundo e no Brasil para sustentar sua afirmação. Os autores destacam a importância do futebol no campo econômico, mas também acabam por voltar sua abordagem para a gestão eficiente de clubes em uma busca pela otimização desse potencial financeiro lucrativo.

Ao tratar dos esportes em geral e dos megaeventos, Madruga (2008), discorrendo sobre os investimentos financeiros por parte do poder público nos jogos olímpicos, relata que os prováveis 10 bilhões de reais a serem investidos para a realização do evento no Brasil, dificilmente seriam destinados para a educação ou a saúde ainda que este evento não ocorresse.

O autor cita para sua justificativa a teoria do custo de oportunidade¹, destacando que dinheiro para essas áreas viriam, de qualquer forma, apenas em longo prazo.

É destacado, pelo autor, o Produto Interno Bruto (PIB) gerado pelos esportes em geral no Brasil, evidenciando que ainda existe um grande potencial para ser explorado se comparado a outros países, fixando o foco na gestão e no potencial de geração de riqueza do futebol.

No Brasil, o empuxo econômico proporcionado pela prática esportiva e as atividades de produção, comércio e serviços relacionadas ao esporte em geral compõem 1,95% do PIB de 798 bilhões de dólares (em 2005), algo como 15,6 bilhões de dólares. Em termos percentuais, 1,75% tem origem em gastos do setor privado e o outro 0,20% em investimentos do setor público. (MADRUGA, 2008, p. 62).

Rodrigues e Pinto (2008) chamam a atenção para que os investimentos, estudos e o melhor aproveitamento desse potencial econômico dos esportes devem ser trabalhados por todos os atores do processo.

Parte desse desafio consiste em traduzir o discurso crescente dos dirigentes numa efetiva gestão socialmente responsável; esta, por sua vez, envolve todos os setores sociais (público, privado, corporativo e terceiro setor) de forma permanente e estruturada, transformando riscos em oportunidades, custos em investimentos, por meio de planejamento e governança [flexíveis] dirigidos pelos diversos níveis de governo envolvidos nos megaeventos (municipal, estadual e federal), buscando equilíbrio entre forças. (RODRIGUES; PINTO, 2008, p. 24).

No entendimento do futebol, em um contexto social que envolve diversos atores que passam a ser permeados por cada vez mais intensas relações econômicas, Gurgel (2006) relata que o aceite total do futebol por parte da sociedade como algo que era mais que um jogo, foi gradativamente mudando. Para este autor as regras e as relações entre jogadores, clubes, investidores, torcedores e não menos importante, a mídia acabam por ser transformadas em virtude das

¹ A economia pode ser entendida como um estudo da escassez e dos fenômenos delas resultantes, de forma mais sofisticada, como o estudo da alocação de recursos escassos entre usos alternativos com vistas à satisfação das necessidades. Segundo Burch & Henry (1974 apud PEREIRA et al, 1990), foi Frederick Von Wieser quem deu origem à expressão "custo de oportunidade" para definir o valor de um fator de produção em qualquer uso que lhe fosse dado, sendo tal custo de oportunidade "a renda líquida gerada pelo fator (de produção) em seu melhor uso alternativo". O conceito de custos de oportunidade pressupõe alternativa viável e, portanto, existentes para o consumidor ou para o empresário. Pressupõe, também, uma decisão efetiva sendo tomada e que, o sendo, acarreta o sacrifício/abandono de outras (s) que não foi o (ram).

relações econômicas. Ele destaca o que chama de “força de lucro” gerado pelo futebol, e ainda que a mídia seja levada a trabalhar com o esporte nesta perspectiva.

Esta abordagem do autor é significativa para a discussão da ideia construída e predominante a respeito do esporte e do futebol como fator gerador de impacto econômico e social.

Outro fato expressivo do período foi a chegada ao Brasil de várias empresas especializadas em administração esportiva e de investidores que viam no futebol nacional uma “mina de ouro” com perspectivas de retorno farto e rápido. É a fase em que reportagens associavam os clubes centenários brasileiros com Hicks Muse Tate & Furst (HMTF), International Sports Leisure (ISL), Bank of America, Exxel, além de outros como o Grupo VR e o Opportunity. (CAMPOS, 2004, p. 31).

Percebe-se, portanto que o foco das abordagens do futebol, em seu campo econômico, apresenta uma predominante alegação de potencial geração de riquezas, gestão eficiente para geração de lucros sem analisar quais os impactos no cotidiano dos indivíduos pacientes² que sejam objeto dos processos.

E finalmente a Organização das Nações Unidas (ONU), que não se coloca necessariamente dentro da estrutura das organizações, que tenha como seu campo de atuações ligado estritamente ao futebol, mas que é um organismo internacional entre os mais influentes hoje no mundo, colabora no ideário dessa utilização do esporte como fonte de renda e desenvolvimento econômico ao apresentar The Millenium Development Gols (MDGs)³ para 2015 como é destacado em sua página principal na *internet*:

National Poverty Reduction Strategy Papers (PRSPs) provide the guiding framework for low-income countries in their efforts to attain the MDGs. A number of countries (including Cape Verde, Mozambique, Sierra Leone, Tanzania, and Uganda) have integrated sport into their PRSPs. Many developing countries, however, are still unaware of the ways in which Sport for Development and Peace can be used to advance their development objectives. In these cases, advocacy is needed to position Sport for Development and Peace as a valuable cross-cutting tool for achieving the MDGs. (ONU, 2014).

² Entende-se como pacientes na abordagem deste trabalho, os torcedores, comerciantes, população e quem não assuma papel de responsabilidade nas transações entre equipes, poder público e consultorias especializadas ao tratarem do futebol em seu aspecto econômico e potencial gerador de riquezas.

³ Metas de Desenvolvimento do Milênio 2015.

2.2 A CHEGADA DO FUTEBOL EM UM NOVO MOMENTO HISTÓRICO, GESTÃO EMPRESARIAL E AS MUDANÇAS NO BRASIL: A BUSCA DE ESTRUTURA E RECURSOS PÚBLICOS

Neste tópico é apresentado um levantamento e posteriormente uma breve análise sobre as mudanças de sede por parte de equipes de futebol no Brasil desde o final da década passada.

Esse tópico foi objeto de um artigo científico apresentado no I Encontro Paulista de Sociologia do Esporte (EPSE) na Universidade de São Paulo (USP) em 2013, com a publicação de seu inteiro teor nos anais daquele evento.

Onde foi destacado que, estudos que abordem a temática da realocação de equipes esportivas com vistas ao custo e benefício para uma localidade tiveram início nos Estados Unidos que conforme Euchner (1993) é onde desde a década de 50, o movimento de realocação de equipes esportivas de diversas modalidades ganhou corpo. Segundo esse autor, os incentivos financeiros oferecidos pelos municípios estão por trás de todas elas. Para Euchner (1993), ocorre desde então investimentos milionários para atrair equipes ou mantê-las destacando o que foi o maior investimento de todos eles.

The idea is that status as a "major league" city will help a municipality attract businesses and citizens. Cities have invested hundreds of millions to support teams. The biggest investment was Toronto's expenditure of \$500 million to build a stadium complex, completed in 1989, for its baseball team, the Blue Jays, and the Canadian Football league Alouettes. Oakland 1990 offered guarantees worth almost \$600 million in its bid to lure the National Football League's Raiders back from Los Angeles. Irwindale, a town in Los Angeles County, gave the Raiders a nonrefundable fee for \$10 million in 1987 to consider it as their home; in addition, the town offered the team 160 acres of free land plus more than \$110 million in loans to construct a new stadium. (EUCHNER, 1993, p. 55).

Vale destacar que as mudanças criaram diversos atritos com a sociedade local, os fãs, torcedores e os amantes do esporte. Sendo levado ao congresso norte americano na década de 80 um projeto de lei federal para tentar barrar as transferências de equipes.

Nessa relação localidade, torcida e geração de recursos, para Ekelund (1998), ao se levar em conta o ponto de vista dos negócios não se deveria perder de vista a identidade da relação time e torcedor, pois é exatamente a partir dos

torcedores de um time de futebol que todos os outros clientes surgiram como a Televisão e os patrocinadores.

Assim sendo, do ponto de vista econômico, com muita dificuldade se encontraria uma justificativa para que um time de futebol deixasse para traz seu principal cliente, ou seja, sua torcida para poder se transferir para outra localidade, na perspectiva desse autor.

Taylor (1998) chama os torcedores de “patrimônio de fãs”, ao se referir a eles, como aqueles que são capazes de gerar as principais receitas para os clubes.

Conforme Euchner (1993), um dos casos mais emblemáticos da relação de influência dos fãs sobre a mudança de clubes foi o caso do time de futebol americano Cleveland Browns, quando em 1996, o time iria realizar a mudança de sede transferindo-se para o município de Baltimore nos Estados Unidos e diante dessa pretensão do time, os munícipes realizaram tão grande movimento para impedir a transferência que a liga nacional de futebol americano precisou criar outra vaga na competição principal para atender ao município de Cleveland, quando o dono da equipe efetivou a mudança de sede, isso por meio de uma decisão da justiça que dava aos donos do time o direito de transferir sua equipe da cidade.

No Brasil, foi ao final da primeira década do século 21 que essas mudanças de localidade começaram a ocorrer, e se intensificaram, conforme se visualiza no quadro que mapeia estas transferências. (Apêndice A).

Foi por causa do crescente número dessas transferências que em 2011 foi editada a Resolução da Presidência número 8 (oito) (RDP, n. 8, Anexo A) por parte da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), que trazia no bojo a preocupação com as consequências negativas para o futebol como um todo quando uma equipe se transferisse de uma para outra cidade deixando para trás sua torcida, sem deixar de destacar a preocupação do prejuízo financeiro que essas mudanças poderiam acarretar.

Essa preocupação com o prejuízo, com a credibilidade dos clubes e do futebol profissional como um todo, além da desmotivação do público, foi considerado introdutoriamente no corpo do texto resolutivo como algo negativo.

Considerando que esta prática acarreta prejuízo à credibilidade das agremiações e do esporte, desmotivando o público, o que por sua vez afasta potenciais patrocinadores; Considerando os graves inconvenientes trazidos à ordem esportiva como consequência dessas sucessivas alterações na imagem dos clubes [...] (CBF, 2011, p. 1).

No Brasil, a entidade máxima do futebol resolveu ainda, por meio do mesmo texto que, desde que apresentadas fundadas justificativas e a partir de então, com o pagamento de uma taxa para a entidade as transferências poderiam ocorrer, caso contrário não seriam permitidas.

O documento destaca o prejuízo para o torcedor, no entanto a RDP nº 08/2011 termina por entender que outros fatores poderiam se apresentar como sendo também relevantes e justificáveis para as mudanças, sem, contudo, trazer no texto uma especificação de quais seriam esses fatores.

Publicamente os dirigentes utilizam sempre o termo apoio e estrutura como fatores determinantes para realizarem a mudança de município. Esse apoio pode ser entendido como financiamento público para a atividade do clube.

Ao se falar em estrutura e apoio, destacam-se as transformações por que passou o futebol ao longo da História retratadas em Leoncini (2005), sendo feito uma adaptação na Figura 1.

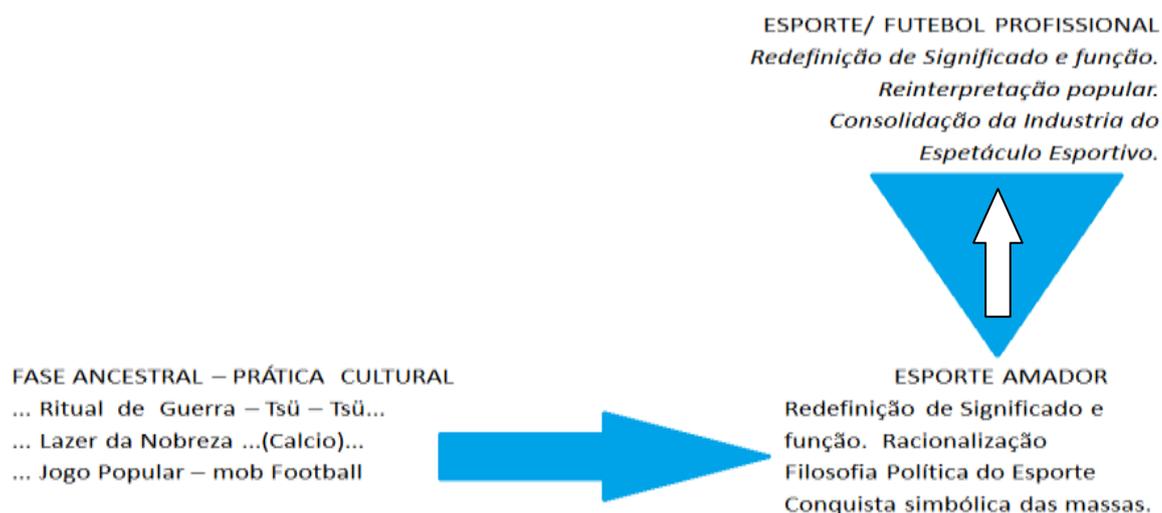


Figura 1 – Trajetória histórica das fases do futebol e mudança de finalidade
 Fonte: Adaptado de LEONCINI, 2004.

No Brasil um momento que se destaca em meio a esse processo de mudança estrutural e de finalidade do esporte futebol, se dá com o advento das Leis

Zico no ano de 1993⁴, da lei Pelé⁵ em 1998 e também de outras leis, portarias e resoluções dos desportos editadas nos anos de 2002 e 2003, além de constantes seminários e congressos para diretores de clube, por meio dos quais passou a ser amplamente difundida, a máxima da gerência empresarial dos clubes, melhoria dos serviços prestados, participação da iniciativa privada, conforme explica Perruci (2006, p. 202):

[...] a expressão clube-empresa é tomada com o objetivo de fazer referência à atividade empresarial desenvolvida pelos clubes de futebol que desempenham atividades profissionais, coincidindo, então, com a correta aceção da empresa, como objeto direto, ou seja, a atividade profissionalmente exercida e organizada para produção e circulação de bens e serviços.

Frente a esta nova realidade do clube empresa, algumas equipes se colocaram a procura por mudança de sede, sendo que os dirigentes informam que os principais motivos que os levam a mudança, é a busca de uma infraestrutura que melhor os atendam e de “apoio” para continuar desempenhando suas atividades.

Para destacar os casos mais conhecidos, a primeira equipe de futebol de campo a iniciar esse processo de mudança de sede no Brasil, com visibilidade na mídia foi o time do Grêmio Barueri da cidade de Barueri/SP, e o motivo conforme declaração dos diretores foi em virtude de conflitos políticos, tendo no ano de 2009, a equipe se transferido para a cidade de Presidente Prudente. No final de 2010 foi a vez do Guaratinguetá que se transferiu para a cidade de Americana. No início de 2011 o time do Ituiutaba, com raízes e história antiga naquela cidade, se transfere

⁴ BRASIL. Lei 8.672. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 06 jul. 1993. Revogada pela lei 9.615/1998.

⁵ BRASIL. Lei 9.615. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 mar. 1998. Art. 2 O desporto, como direito individual, tem como base os princípios: [...] XII - da eficiência, obtido por meio do estímulo à competência desportiva e administrativa. Parágrafo único. **A exploração e a gestão do desporto profissional constituem exercício de atividade econômica** sujeitando-se, especificamente, à observância dos princípios: (grifo nosso).

I - da transparência financeira e administrativa;

II - da moralidade na gestão desportiva;

III - da responsabilidade social de seus dirigentes;

IV - do tratamento diferenciado em relação ao desporto não profissional; e

V - da participação na organização desportiva do País.

Art. 27. As entidades de prática desportiva participantes de competições profissionais e as entidades de administração de desporto ou ligas em que se organizarem, independentemente da forma jurídica adotada, [...] de terceiros. (Redação dada pela Lei nº 10.672, de 2003). § 9o **É facultado às entidades desportivas profissionais constituírem-se regularmente em sociedade empresária, segundo um dos tipos regulados nos arts. 1.039 a 1.092 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil.** (grifo nosso).

para a cidade de Varginha/MG. No final de 2012 o time do Ipatinga Futebol Clube, decano na cidade deixa o município de Ipatinga/MG, e se transfere para o município de Betim/MG e. No mesmo ano, o time do Nacional da cidade de Nova Serrana/MG deixa o município e se muda para a cidade de Patos de Minas/MG.⁶

Os presidentes desses clubes fizeram declarações por meio da imprensa para esclarecer os motivos, pelos quais tomaram a decisão de mudança, para outra localidade, e argumentaram que essas realocações tiveram raízes, na sua maioria, na falta de apoio por parte do poder público do local onde estavam situados, sendo que o corte de incentivos financeiros levaram os clubes a buscarem uma nova localidade que lhes fosse mais favorável e disposta a dividir os custos de operação da equipe.

[...] o Campinas não existe mais e se transforma em Sport Clube Barueri. Principalmente por não contar com apoio da Prefeitura de Campinas [...]. Ao contrário de Campinas, a prefeitura de Barueri dá apoio total ao futebol [...]. É uma cidade menor do que Campinas, mas com uma estrutura esportiva bem maior e melhor [...] não contou com **apoio logístico e nem financeiro** do secretário de esportes de Campinas, que teria se comprometido diretamente a ajudar para divulgar a cidade. (FARAH, 2010, grifo nosso).⁷

Já o presidente do time Nacional que deixava a cidade de Nova Serrana/MG e se mudava para Ipatinga/MG declarou:

Estamos deixando Nova Serra por um motivo simples: **falta de apoio da Prefeitura**. Atualmente, temos como parceira a administração municipal que nos ajuda dando condições para que mandemos os jogos na Arena do Calçado, **custeio de transporte interno e outros benefícios estruturais**. Com a mudança no Executivo da cidade, não há garantias de que isso vai **continuar**. Por isso achamos melhor procurar uma alternativa de nos transferir de sede. (MATTOS, 2012, p. [2], grifo nosso).

As justificativas dos presidentes dos clubes seguem uma mesma retórica, falta de apoio no município de origem e promessa de apoio do município de destino, que firmados por convênios e leis asseguram a continuidade desse apoio, geralmente, por um tempo determinado.

No caso da transferência do Grêmio Barueri para Presidente Prudente a Lei municipal nº 7.159/2010 de 26 de Fevereiro de 2010 dava ao clube o direito de

⁶ Ver Apêndice A.

⁷ Entrevista concedida pelo presidente do Campinas Futebol Clube, Edmar Bernardes. Transcrita em partes pelo blog: Esporte do Futebol-Final de Jorge Farah (2010).

uso e exploração comercial do estádio, realizando-se um repasse de 5% para um fundo municipal de fomento ao esporte amador, não havendo previsão de quanto tempo duraria a sessão de uso e exploração do Estádio Municipal Eduardo José Farah, “Prudentão”. No caso da relação entre o time de futebol que se transferiu do triângulo mineiro, e o município do Sul de Minas que recebeu esse time, o primeiro convênio 06/2011 foi celebrado com a previsão de encerramento em dois anos. Ao término do prazo do convênio, o acordo foi renovado para um período de mais quatro anos conforme a lei 5.669/2013.

Apresentado o que foram os argumentos da falta de apoio por parte de alguns dos presidentes dos times de futebol, para que se buscasse uma nova parceria com outros municípios que pudesse garantir a existência dos clubes, verifica-se que existiu certo padrão nas escolhas das cidades que seriam o novo destino de cada equipe. Em Mourão ([2004?]), a busca por um novo destino não está ligada apenas ao incentivo financeiro, econômico e estrutural que do novo município possa advir, mas principalmente em virtude de outros sinais que o município possa apresentar, quanto a certa vitalidade econômica demonstrada por meio de seus indicadores.

Começa, pois, a ficar definida a identificação da procura de futebol profissional com as tradicionais funções-procura associadas a elasticidades rendimento-superiores unidade, o que pode sugerir, na observação de Simons (1996), que o futebol é, em diversas ocasiões, um ‘bem de luxo’: a sua procura altera, substancialmente, em função de modificações no rendimento dos indivíduos. Assim, apoiantes ou áreas “mais ricas” poderão potencializar maiores assistências e maiores receitas. De onde se deriva que clubes de futebol profissional mais ambiciosos só poderão encontrar resposta cabal em áreas que proporcionem índices de desenvolvimento mais elevados. (MOURÃO, ([2004?], p. 35).

Quando não é o caso, existindo na localidade essa estrutura, outra alegação, também frequente, são os conflitos políticos. Tais conflitos ocorrem quando são tolhidos do time de futebol incentivos por parte da administração local, por ocasião da mudança de governo, como é o caso dos citados Nacional e Ipatinga, o que os dirigentes dos times chamam de “falta de apoio”. Conforme declaração do presidente do time do Nacional em entrevista ao jornal Tribuna de Minas em dezembro de 2012:

Nossa intenção era ficar em Nova Serrana, mas diante da perspectiva de perda de apoio da Prefeitura, fica impossível. Sei que a torcida perde, que é ruim. Mas preciso ver o lado do clube. Se insistíssemos em permanecer lá,

o clube acabaria, e eu não posso permitir isso. Tenho que olhar o lado da equipe. (SANTOS apud MATTOS, 2012, p.[1]).⁸

Ao se realizar um estudo e fazer a análise da atitude do poder público, tanto por parte da administração que luta por manter, quanto a que busca atrair um clube de futebol, e se levar em conta, por exemplo, apenas o caráter econômico da atividade desportiva e os possíveis benefícios advindos da parceria para a população local, corre-se o risco de desconsiderar outros aspectos igualmente importantes, como o sufocamento da cultura, vocação da cidade e uso político da prática.

Conforme o convênio elaborado que estabeleceu o apoio da prefeitura do município do Sul de Minas ao time de futebol do Triângulo Mineiro que para esse município se transferiu, convênio 06/2011 o total dos investimentos do poder público municipal chegaria a dois milhões de reais, distribuídos ao longo dos dois primeiros anos do contrato, além da sessão das instalações esportivas do município. Findado os dois primeiros anos de contrato foi realizada a renovação do apoio financeiro e estrutural, por meio de lei, que prevê repasses mensais durante quatro anos; além da sessão de dois estádios de futebol na cidade para serem administrados pelo clube, sendo que um está entre os maiores de Minas Gerais e o outro, totalmente reformado, carrega um caráter simbólico muito grande, pois foi construído na década de 50 com o apoio da comunidade.

Veronez (2005) faz a afirmação que nas parcerias entre poder público e iniciativa privada, geralmente ocorre uma dilapidação financeira do estado conforme alguns pesquisadores, e na visão dele, no mundo esportivo isso não é diferente.

2.3 INEXISTÊNCIA DE RETORNO ECONÔMICO ADVINDOS DE INVESTIMENTO PÚBLICO EM EQUIPES ESPORTIVAS: UMA ABORDAGEM DA LITERATURA INTERNACIONAL

As principais pesquisas que tratam do fenômeno da mudança de sedes por parte de equipes esportivas, com base em relações econômicas, entre elas e o

⁸ Informação verbal descrita na reportagem de MATTOS (2012).

poder público local, são da academia norte-americana e europeia, notadamente na Inglaterra.

Research on the economic importance of sport as an industrial sector in Europe emanated in 1984, when the Council of Europe Committee for the Development of Sport commissioned a study to analyse the economics of sport in the member states [...] In recent years, many countries within Europe have recognized that sport can potentially contribute to economic and social regeneration. As a result, there has been a proliferation of cities adopting sports-led urban regeneration strategies. In the UK, Sheffield, Birmingham and Glasgow are three examples of cities that have invested considerable resources in sporting infrastructure to revitalize declining economies, previously dominated by traditional manufacturing industries. (DAVIES, 2002, p. 87).

Isto porque se tem uma ideia certa de que a revitalização no campo esportivo pode provocar crescimento para a economia.

Ainda segundo Davies (2002) apesar de governantes locais e agências de desenvolvimento estarem realizando apontamentos que dão como certos, geração de riqueza e retornos econômicos, existem poucas evidências concretas para dar suporte e sustentar a adoção desta política de incentivo e uso do esporte com ferramenta para alavancar a economia.

Estudos norte-americanos, a respeito de mudanças de equipes de futebol começaram há várias décadas, onde segundo Euchner (1993), equipes de diversas modalidades esportivas se mudam de uma cidade para outra, desde a década de 50, em busca de incentivos, ou melhor, estrutura.

Coates e Humphreys (1998, 2000, 2001, 2003, 2008), realizaram estudos, que tratava da influência das franquias esportivas e da construção de novas arenas ou estádios para a manutenção dessas equipes e ao relacionarem os possíveis impactos econômicos para uma localidade foram categóricos em afirmar que existiu na renda dos moradores locais, ao contrário do que se esperava, impacto negativo quando o poder público decidiu subsidiar equipes esportivas para que não deixassem a cidade, ou resolveram se estruturar para receberem uma equipe oriunda de outro local.

In contrast to other existing studies, we find evidence that some professional sport franchise reduce the level of per capita personal income in metropolitan areas and have no effect on the growth in per capita income, casting doubt on the ability of a new sport franchise or facility to spur economic growth. (COATES; HUMPHREYS, 1998, p. 1).

Outro pesquisador, Crompton (1995), descreve erros nas metodologias utilizadas para estudar o fenômeno, destacando que elas são sempre tendenciosas ao abordar a construção de um novo estádio ou a chegada de uma nova equipe, pois o fazem sempre a partir da expectativa de que os resultados serão favoráveis.

Por outro lado, autores como Siegfried e Zimbalist (2000), Horne e Manzenreiter (2005) e Preus (2008), apontam aspectos que poderiam ser tomados por positivos, demonstrando dentre outras coisas, que existem cidades dispostas a fazer tal investimento, comparam tal investimento como muito pequeno em relação ao PIB local, defendendo a existência de um “capital simbólico” e do “custo de oportunidade”, advindos da realização de grandes eventos esportivos.

Alguns estudos existentes que abordam esse fenômeno procuram averiguar se, a presença dessas equipes atuando em uma localidade podem verdadeiramente acarretar ganhos econômicos para a municipalidade, e em que proporção isso ocorre. Tais estudos, mormente abordam o fenômeno numa perspectiva da existência ou não de uma relação linear, fazendo-o por meio da equação entre variáveis que indiquem essa correlação. Coates e Humphreys (1998, 2000, 2001, 2003, 2008) citam em seus estudos que utilizaram esta metodologia para estudar diferentes regiões dos Estados Unidos, e chegaram à conclusão que o fato de uma equipe de futebol estar localizada em um determinado município não demonstra nenhuma influência significativa para a economia daquela localidade, ou relação entre os indicadores do município e a existência do time de futebol. Esses autores afirmam que, quando foi tomada para análise a relação da variável existência de time ou existência de estádios em face da renda per capita da localidade, em muitos casos encontrou-se uma relação negativa, ou seja, decréscimo da renda.

Baade (1994) cita em seus estudos a necessidade de que análises que demonstrem uma relação entre a existência de times ou estádios e a economia de uma localidade sejam realizadas individualmente para cada localidade em particular.

Os estudos de Baade (1990, 1994) são os que em maior escala fazem essa exploração em relação aos efeitos multiplicadores gerados por investimentos nos esportes.

Como é fenômeno muito recente no Brasil, uma bibliografia que trate dessa troca de times de futebol de uma para outra cidade levando-se em conta incentivos financeiros do poder público e o possível retorno econômico, não foi

encontrada. A bibliografia estrangeira que analisa o fenômeno, o faz abordando outras modalidades esportivas, ou mesmo com várias modalidades esportivas concomitantemente.

Contudo, é importante destacar que a literatura existente é diversificada em relação à indicação dos métodos que seriam os mais indicados, para medir os impactos de uma equipe ou da operação de um estádio em uma economia local. Baade (1994) lança luzes sobre essas diversidades e aponta até mesmo controvérsias que existem, em relação a estudos de um mesmo fenômeno dessa natureza. Segundo ele, por detrás de estudos que envolva a destinação de subsídios públicos com o alegado retorno e vantagens econômicas para uma localidade podem estar atuando grupos de interesses:

For example, a 1985 study by University of Pennsylvania researcher Edward Shils estimated that Philadelphia's professional sports teams contributed more than \$500 million to the city's economy in 1983. More recently, a report by Kenneth Clark concluded that the New York Yankees contribute \$200 million annually to New York City's economy. In contrast, a 1986 analysis by Baltimore researcher Hal Lancaster estimated that the Colts (now the Indianapolis Colts) generated a mere \$200,000 in additional economic activity when they played in Baltimore. These divergent results were compelled by different assumptions about spending patterns. It is also worth noting that the Philadelphia study was funded by a consortium of the City's professional teams, while the Baltimore study was written shortly after the Colts had bolted for "greener pastures" in Indianapolis. (BAADE, 1994, p. 4).

Crompton (1995), alerta para os erros nos estudos da relação de impactos em uma economia local em virtude da mudança de sede por parte de uma equipe esportiva, pois geralmente já se parte de pressuposto ou expectativas favoráveis, que acreditam que esses impactos acontecem. Para esses autores, estudiosos são conduzidos à massificação da informação de que os esportes são importantes catalizadores econômicos.

Para Coates e Humphreys (2008), o grupo de estudiosos que defendem investimentos públicos em equipes esportivas e em construções de estádios como benéficos para uma localidade qualquer, são conhecidos por "*Promoters*", e geralmente o fazem desprovidos de estudos empíricos.

Calls for subsidies at the local level come from interest groups and their consulting firms—which we call "promoters" of subsidization—who talk up local benefits of sports franchises, stadiums, and mega-events. As we shall see, promoters' claims of such local benefits don't hold up empirically. But such rationales can also be countered by simple economic intuition. (COATES; HUMPHREYS, 2008, p. 298).

Estudiosos que se utilizem de métodos estatísticos, encontram geralmente resultados diferentes dos citados “promoters”, conforme afirmaram em seus estudos Coates e Humphreys (1998, 2000, 2001, 2003, 2008), ao citarem suas descobertas que em todas as áreas estudadas por eles não se vislumbrou impactos econômicos positivos de uma equipe esportiva ou uma nova arena para um município.

Atuando como um defensor de um método que seja individualizado para cada localidade, evitando-se, portanto a massificação e generalização das cifras que envolvem as equipes esportivas, Baade (1994) cita um estudo de sua autoria, do ano de 1987, onde relata que das nove cidades analisadas, cinco delas apresentaram impactos negativos na renda dos moradores "Em cinco das nove cidades analisadas a renovação, construção de estádios ou adoção por parte de uma cidade de um time de futebol ou beisebol profissional teve um impacto negativo significativo sobre a renda metropolitana [...]" (BAADE, 1994, p. 4, tradução nossa).⁹

Baade (1994) destaca ainda que existe na literatura estudiosos que defendem o chamado efeito multiplicador dos esportes. Ele explica o que seria essa teoria:

The second and more prominent claim for sports facilities is that they have a multiplier effect on local economic activity. This argument is also used on behalf of municipal projects like convention centers, urban malls, and office buildings. A professional sports franchise, according to this argument, brings in millions of dollars that stimulate other economic activity in the city. For example, a family coming to Baltimore to see an Orioles game spends money not only on tickets but also for parking, food and souvenirs at the game, restaurants and hotels after the game, and gasoline and other travel necessities on the way home. In addition, stadium employees spend money on goods and services in the city, giving the whole local economy a boost. (EUCHNER, 1993, p. 68).

Euchner (1993) destaca que, o real interesse por parte de governantes em atrair equipes esportivas não está localizado no campo de geração de renda ou empregos para os residentes, mas sim nos interesses políticos, tendo eles a intenção de apresentar a cidade na propaganda midiática como melhor sucedida que outras e pela exposição por meio do esporte, os governantes buscam sua autopromoção.

⁹ “In five of the nine cities analyzed, stadium renovation or construction, or a city’s adoption of a professional football or baseball team had a significant negative impact on metropolitan income [...]" (BAADE, 1994, p. 4).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos propostos no presente trabalho, será realizada uma pesquisa exploratória que no trabalho será dividida em duas partes. Num primeiro momento realizar-se-á a pesquisa de campo utilizando-se de questionários estruturados, a serem respondidos pela população local e comerciantes de uma cidade do Sul de Minas. Assim, buscar-se-á delinear a visão que esses atores têm dessa relação econômica a partir de sua percepção, suas expectativas e o que eles percebem de mudanças concretas em virtude dessa parceria.

Na segunda parte, será feita a exposição dos dados coletados referentes ao público frequentador do estádio de futebol deste mesmo município, por meio dos quais deseja-se investigar qual sua origem e a quantidade de seus gastos, e assim realizar uma comparação e análise dos investimentos realizados pelo município frente ao potencial de retorno econômico para se proceder a uma discussão da relação de custo benefício. Os dados referentes aos atos do executivo municipal são disponibilizados na internet por meio do periódico denominado órgão oficial e que apresenta, além da minuta de leis que foram votadas e aprovadas traz ainda o relatório da movimentação financeira do município.

3.1 PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS REFERENTE À PERCEPÇÃO DE ALGUNS *STAKEHOLDERS* EM UM CASO DE PARCERIA ENTRE UMA EQUIPE DE FUTEBOL PROFISSIONAL E UM MUNICÍPIO DO SUL DE MINAS GERAIS.

Raupp e Beuren (2008) destacam em seus estudos que a utilização da pesquisa exploratória se dá, quando se procura conhecer o objeto de pesquisa de forma mais aprofundada, torná-lo mais claro ou construir questões. Realiza-se esse tipo de pesquisa, quando o tema escolhido é pouco explorado contribuindo-se para esclarecer questões superficiais sobre o assunto. Constitui-se ainda em um primeiro passo no campo científico abrindo espaço para outros estudos que venham a ser realizados.

Para a realização, portanto desse estudo exploratório, foi utilizada como estratégia, uma pesquisa de campo com a aplicação de questionários estruturados, com dois grupos respondentes diferentes, sendo um dos residentes e um de comerciantes do setor de serviços do município analisado.

Para Theóphilo e Martins (2009), o questionário é um importante e popular instrumento de coleta de dados em pesquisa social e dependendo do propósito da pesquisa, também é um importante instrumento de evidências.

Em Temporini e Piovesan (1995) verifica-se a fundamental importância de um conhecimento prévio da realidade do sujeito, baseado em suas experiências reais, no seu vocabulário e ambientes de vida antes da elaboração do questionário para então implementar o que é chamado de pesquisa exploratória, que é marcada pela especificidade das perguntas. As autoras criticam a ideia de se partir do pressuposto enganoso de que as pessoas não têm conhecimento. Elas chamam a atenção, que para ampliar o conhecimento que o pesquisador tem a respeito da compreensão dos respondentes em relação ao fenômeno, o questionário para execução de uma pesquisa exploratória precisa ser construído com perguntas boas, racionais e pertinentes. Ainda segundo essas autoras, a pesquisa exploratória permite conhecimento mais completo e adequado da realidade.

Este município do Sul de Minas foi escolhido por ser cenário recente, e amplamente noticiado na mídia nacional como o destino de realocação de uma equipe de futebol oriunda de outra região do estado, que veio se estabelecer no município para disputar competições de repercussão midiática local, regional e nacional.

3.2 ESTUDO COM A POPULAÇÃO

O estudo exploratório com a população foi precedido de entrevistas informais, não estruturadas, com dirigentes, autoridades, população e voluntários de serviço social que utilizam o futebol no município como fator de inclusão, de onde se levantou a questão problema a ser respondida: a atividade de um clube de futebol o potencial de provocar impactos na economia de um município que seja percebido pelos seus moradores, justificando assim investimentos públicos no clube por parte

do governo?

Para testar a questão problema foram elaboradas hipóteses, que foram aceitas ou rejeitadas depois de serem analisadas as respostas da população.

Para Theóphilo e Martins (2009), não se trata de dizer se a hipótese é verdadeira ou falsa, mas de apoiá-la ou não, sendo que a rejeição da hipótese na visão desses autores pode ser considerada tão importante quanto sua aceitação para responder à questão problema e assim chegar à formulação da teoria.

Tais entrevistas foram tomadas utilizando-se de questionários, (Apêndice B), que foram elaborados dentro do contexto da literatura existente e que tratam da relação entre futebol, poder público e economia e foi com base nessa relação, que se formulou as perguntas e aplicadas a uma amostra da população de um município do Sul de Minas.

Defendido pelas entidades e grupos que estão envolvidos na organização de espetáculos esportivos, o futebol é tido como catalisador de ganhos diversos e fator de crescimento econômico. Leoncini e Silva (2005) cita em seu estudo, o relatório produzido pela FGV no ano 2000, que destaca o futebol no Brasil como importante fonte de renda, geração de empregos com fator multiplicador maior que outros setores tradicionais. Com base em afirmações como as do relatório citado, e ainda em levantamentos com atores envolvidos no processo é que foram estabelecidas as hipóteses a serem testadas em moradores do município do Sul de Minas Gerais tratado nesse estudo.

Pelas perguntas feitas à população, buscou se confirmar ou refutar as seguintes hipóteses:

- a) a sociedade desse município reconhece o futebol como benéfico à economia e expressão da cultura local;
- b) a comunidade local confirma como positivas as alegações dos governantes e dirigentes de que o futebol agrega valor à localidade além de proporcionar possibilidades de investimentos;
- c) a comunidade local corrobora com o incentivo financeiro dado pela prefeitura ao time de futebol.

Os respondentes do questionário serão, inicialmente, identificados por um cabeçalho sócio demográfico divididos em 4 (quatro) categorias iniciais para a análise, sendo suas classificações quanto ao gênero (masculino ou feminino), quanto à idade, escolhidos apenas respondentes com idade a partir de 16 anos,

classificados também quanto à renda mensal, sendo tomada como medida para esta última os ganhos em salário mínimo e ainda em relação ao tempo de emprego ou desemprego dos respondentes.

Esta classificação se mostra relevante, uma vez que a visão e a valoração que se faz do futebol e da relação entre um clube, entidade privada, e o poder público podem apresentar variações que sejam relevantes para futuros estudos quando se toma por recorte a faixa etária, a renda, o gênero e a empregabilidade de uma população. Os dados absolutos serão demonstrados por meio da descrição estatística simples da média geral em relação a esses fatores de classificação citados.

Cada uma das hipóteses será sustentada ou refutada, por meio da realização de perguntas que esteja no contexto do fenômeno, sendo proposta em questões simples e diretas, onde as pessoas responderão quanto ao seu nível de concordância, e por meio da análise das respostas dadas nas questões é possível inferir a aceitação ou rejeição das hipóteses propostas.

Nesse trabalho, adotar-se-á a escala *Likert* e com base nela elaborados os questionários cujos respondentes serão inquiridos para darem a resposta em dois níveis de concordância e em dois níveis de discordância, sendo atribuídos como valores positivos o número um (1) para a concordância, e o número dois (2) para concordância plena; e valores negativos de menos um (-1) para a discordância e de menos dois (-2) para a discordância plena.

Para Theóphilo e Martins (2009), a escala *Likert* além de evitar o extremismo dicotômico do máximo e do mínimo, devido à sua divisão em níveis demonstra a tendência do indivíduo em ser favorável ou não, podendo tal escala passar por adaptações a depender dos resultados que se espera da pesquisa.

3.2.1 Amostra

Nas pesquisas em que seja inviável ou difícil a coleta de informações de toda uma população, esta constituída segundo Silva et al. (2008, p. 12) como sendo: “o conjunto de todos os itens (pessoas, coisas, objetos) que interessam ao estudo [...]” é calculada uma amostra da população estudada, utilizando-se de técnicas de

amostragem, que ao final dos trabalhos poderá retratar, com determinado grau de confiabilidade, qual a opinião daquela população a que se refere a amostra.

Segundo Mattar (1996), as amostras podem ser divididas em dois grupos: sendo amostragem probabilística como aquela em que cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra e amostragem não probabilística é aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo, sendo ela a opção adotada na execução deste trabalho.

Oliveira (2001) citando Aaker Kumar e Day (1995, p. 375), apresenta que:

A amostragem não probabilística é usada tipicamente nas seguintes situações. Estágios exploratórios de um projeto de pesquisa: Pré-teste de questionários; Quando se trata de uma população homogênea; Quando o pesquisador não possui conhecimentos estatísticos suficientes; Quando o fator facilidade operacional é requerido.

A amostra coletada da população dos residentes do município do Sul de Minas para responder às questões, é calculada com base em Silva et. al (2008) de cujos trabalhos adota-se o modelo da fórmula que está descrita abaixo para o cálculo amostral:

$$N = \frac{z \frac{\alpha^2}{2} \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot N}{e^2 (N - 1) + z \frac{\alpha^2}{2} \hat{p} \cdot \hat{q}} \quad (1)$$

em que: N = população total;

Z = Padrão z que representa o índice de confiança;

α = Desvio padrão da população;

$e^2(N - 1)$ = Representa a margem de erro;

\hat{p} = É a proporção dos elementos que satisfazem a propriedade da amostra.

Neste caso $\hat{p} = 1/2$;

\hat{q} = É a proporção dos elementos que não satisfazem a propriedade da amostra sendo $\hat{q} = 1/2$.

O tamanho N considerado para a população do município do Sul de Minas foi de 123.000 habitantes, que são os dados do último censo geral realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010).

A confiabilidade para se calcular o tamanho da amostra foi de 95%, aplicando-se ainda uma margem de erro de seis por cento, os cálculos indicaram para uma amostra com 264 respondentes, sendo este número dividido pelas cinco regiões do município estudado.

Com a finalidade de se obter uma divisão mais homogênea da amostra pelas 5 (cinco) regiões do município, foram colhidos 26 questionários para mais, e assim chegar ao número de 290 questionários. Serão coletados 58 questionários em cada região da cidade, sendo elas as regiões Sul, Norte, Leste, Sudeste e Central do município.

Para cobrir a toda a área do município a amostra será dividida nas diversas regiões da cidade sendo selecionados previa e arbitrariamente os bairros. Primeiramente será selecionado o bairro que esteja mais ao sul do município, e posteriormente outro que esteja mais ao norte. Das regiões leste e sudeste, sendo nesta última região onde se situa o estádio municipal em que o time que se transferiu para o município manda seus jogos, foram escolhidos os dois bairros mais populosos. A coleta de 58 questionários na região central do município completará a distribuição da amostra. Dessas regiões serão definidas um número de 3 (três) ruas para que sejam visitadas as residências até a obtenção do número de 58 respondentes de cada região conforme apontado na amostra.

3.3 ESTUDO COM COMERCIANTES DO SETOR DE SERVIÇOS

Os comerciantes do setor de serviços tem sua atividade desenvolvida não apenas em função dos residentes de um município, mas também, e, sobretudo em alguns casos, como os hotéis, os serviços são prestados a pessoas que visitam a cidade. Por essa razão julgou-se importante saber dos comerciantes proprietários ou gerentes de postos de combustíveis, de hotéis, bares e restaurantes qual a percepção que eles têm a respeito da parceria entre a prefeitura do município do Sul de Minas e do time de futebol que havia se transferido recentemente para este

município.

A forma encontrada para localização da população desses estabelecimentos foi por meio de catálogo telefônico da empresa de telefonia fixa Telemar correspondente ao ano de 2013. Por meio dessa ferramenta foi levantada uma população total de 54 estabelecimentos classificados nessas áreas de atuação.

Todos esses locais foram visitados por mais de duas vezes, sendo coletados questionários de 41 dos respondentes. Nesses estabelecimentos procurou-se pelos donos ou gerentes, que receberam um questionário estruturado com 12 questões fechadas e uma questão final aberta totalizando 13 questões (Apêndice C). Os questionários propostos fazem uma classificação por ramo de atividade e também por tempo de atividade; sendo que para algumas questões, respondentes que estivessem desempenhando suas atividades a menos de três anos tiveram suas respostas desconsideradas, pois não poderiam estabelecer relação do cenário econômico entre o antes e o depois da chegada do time ao município, uma vez que esta ocorrência se deu no ano de 2011, ou seja, três anos antes de ser realizada a pesquisa.

3.4 ESTUDO COM OS FREQUENTADORES DO ESTÁDIO

Para Baade (1994), a capacidade de gerar ganhos econômicos por meio de um estádio ou jogos de uma equipe esportiva acontece quando se consegue por meio deles atrair pessoas de outros municípios, ou de fora da localidade, para que gastem dinheiro nos locais dos eventos. Com base nos estudos desse autor foi que se buscou a origem do público que se deslocava ao Município do Sul de Minas para assistir aos jogos durante a temporada de 2013.

O time que se transferiu realizou um total de 25 jogos oficiais durante a temporada de 2013 no estádio público do município e em 21 deles foi realizado o levantamento. Foi coletada uma amostra de 50 torcedores que chegavam ao estádio, nunca se abordando grupo que fossem maiores que de três indivíduos e perguntado em qual cidade moravam essas pessoas. Respondido outro nome que não fosse o município sede do clube e objeto desse estudo, era perguntado então qual o valor aproximado que o indivíduo gastava, em qualquer outra forma de

consumo no município, que estavam além das despesas com bilhetes para acesso ao jogo no estádio, dando a ele 4 (quatro) opções. Primeira de R\$ 10,00 a R\$ 19,00, a segunda de R\$ 20,00 a R\$ 39,00, a terceira de R\$ 40,00 a R\$ 59,00 e a quarta opção para gastos cima de R\$ 70,00.

Ao final da temporada todos os formulários (Apêndice D) foram tabulados obtendo-se uma amostra de 1100 formulários. A população total que esteve presente nos jogos em que se realizou a coleta da amostra foi 36341 pagantes. Aplicou-se a essa população a equação 1 (um), por meio do qual confirmou-se ser o tamanho da amostra obtida, válida para a população analisada, tendo a margem de erro caído para 3%.

4 RESULTADOS

Este capítulo trata da apresentação e tabulação dos dados, que serão demonstrados de forma descritiva, sendo que para melhor visualização de alguns dados foram elaborados quadros e gráficos.

Estão divididos em subseções: Na 4.1 está a pesquisa com a população, apresentando-se os dados que trazem a percepção, expectativas e concretudes que a população tem da parceria entre o Município do Sul de Minas Gerais e o time de futebol deste estudo. Na subseção 4.2 a pesquisa com os comerciantes apresenta a visão que eles têm da parceria, dos incentivos públicos oferecidos ao clube e os impactos em seus negócios. Na subseção 4.3, a pesquisa com os frequentadores do estádio buscou a origem do público e o volume de gastos do PFL. Os resultados descrevem analítica e sistematicamente o que foi levantado no trabalho de campo para posterior discussão.

4.1 PESQUISA COM A POPULAÇÃO

Foram coletados 290 questionários cuja idade, sexo, renda e a inserção ou não no mercado de emprego dos respondentes se apresentaram da seguinte maneira: quanto ao gênero os números apresentam um equilíbrio relativo em relação aos indivíduos que responderam ao questionário, sendo 143 mulheres e 147 homens.

Quanto à idade, a Tabela 1 apresenta a divisão dos respondentes da pesquisa em classes agrupadas.

Tabela 1 - Frequência de idades

| Classes | Intervalo | (fi) | (Fi) | Fri | Fi% | PM |
|---------|-----------|------|------|--------|--------|----|
| 1 | 16 ___26 | 69 | 69 | 0,2379 | 23,79% | 21 |
| 2 | 26 ___36 | 50 | 119 | 0,1724 | 17,24% | 31 |
| 3 | 36 ___46 | 63 | 182 | 0,2172 | 21,72% | 41 |

| | | | | | | |
|---|-----------|-----|-----|--------|--------|----|
| 4 | 46 ___56 | 48 | 230 | 0,1655 | 16,55% | 51 |
| 5 | 56 ___66 | 42 | 272 | 0,1448 | 14,48% | 61 |
| 6 | 66 ___76 | 17 | 289 | 0,0586 | 5,86% | 71 |
| 7 | 76 ___ 86 | 1 | 290 | 0,0034 | 0,34% | 81 |
| | | 290 | | | 99,98% | |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

A tabela de distribuição de frequências por intervalo de classes por idade apresenta a frequência simples (fi) que corresponde à quantidade de respondentes em cada faixa etária; A frequência acumulada (Fi) corresponde à soma o número subsequente dos respondentes, ao número anterior. A frequência relativa (Fri) corresponde ao percentil da frequência em relação à amostra total. O Fi% corresponde à porcentagem de cada intervalo de classe em relação à amostra total.

O ponto médio (PM) absoluto que representa a idades dos respondentes é de 51 anos, no entanto os respondentes com idade de até 41 anos representam mais de 60% da amostra, sendo que a média geral de idade dos respondentes foi de 39 anos de idade.

A renda salarial medida em quantidade de salários mínimos apresentou média de 1,32 salários mínimos por entrevistado.

O Gráfico 2 apresenta o número de respondentes no eixo Y, e a quantidade de salários na linha horizontal, eixo X. Fica demonstrado pelos dados e pela disposição destes no Gráfico 2 a relação inversamente proporcional entre as variáveis: na medida em que a linha de marcação vai apontando para o aumento do poder aquisitivo em relação ao ganho em número de salários mínimos, a outra linha vai apontando para uma diminuição da quantidade de indivíduos que ganham mais salários, sendo que cerca de 30% dos respondentes não possuem qualquer renda.

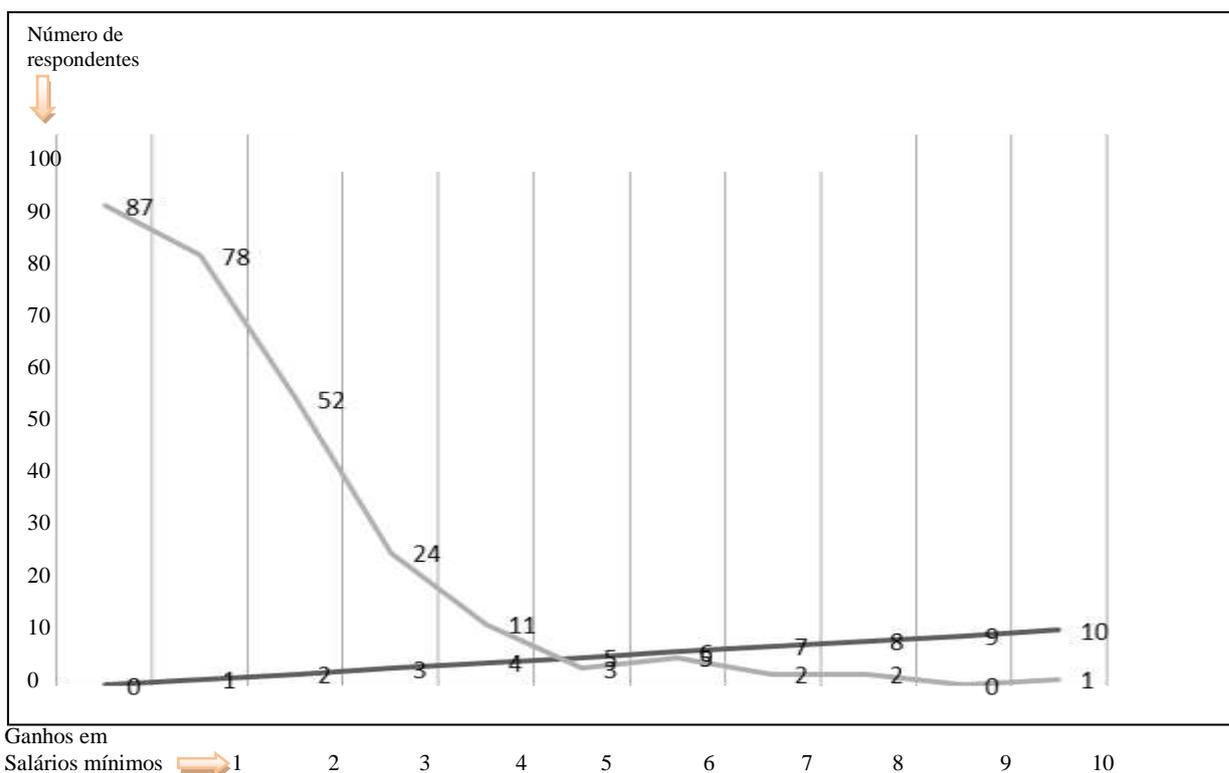


Gráfico 2 – Renda mensal dos respondentes
Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto à inserção no mercado de trabalho, a Tabela 2 apresenta o número dos respondentes que estavam empregados ou desempregados, quando da realização da pesquisa.

Tabela 2 - Tempo empregado ou desempregado dos respondentes em número de meses

| | |
|---------------------------------------|--------|
| Nunca trabalharam ou eram aposentados | 37,80% |
| Estavam empregados de 1 a 18 meses | 5,00% |
| Estavam empregados de 18 a 36 | 11,00% |
| Estavam empregados a mais de 37 meses | 30,00% |
| Estavam desempregados | 16,20% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Para apresentação dos números relativos às respostas dadas para cada assertiva, que levariam a aceitação ou rejeição das hipóteses estabelecidas foram

elaboradas as tabelas 3, 4 e 5 para melhor visualização das assertivas com a respectiva porcentagem de concordância para cada uma das questões para posterior análise.

Tabela 3 - Respostas dos entrevistados às questões relacionadas com a hipótese 1(um): “A sociedade desse município reconhece o futebol como benéfico à economia e expressão da cultura local.”

| Afirmativas | Concordo plenamente | Concordo | Discordo | Discordo plenamente |
|---|---------------------|----------|----------|---------------------|
| Os esportes são importantes para a vida em sociedade. | 35,17% | 62,41% | 2,06% | 0% |
| O Futebol é importante para a sociedade. | 12,41% | 72,75% | 14,82% | 0% |
| O futebol representa uma oportunidade de crescimento para a economia local. | 3,10% | 67,93% | 28,62% | 0,03% |
| O futebol é um bem cultural. | 3,44% | 84,48% | 12,06% | 0% |
| O futebol é uma atividade econômica/empresarial como qualquer outra. | 4,82% | 76,55% | 18,62% | 0% |
| O futebol agrega valor ao nome da cidade. | 5,17% | 76,89% | 17,93% | 0% |
| A vinda do Time [...] é benéfica para a cidade de [...]. | 11,37% | 70,00% | 18,27% | 0,03% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Para confirmação da primeira hipótese, verifica-se por meio das respostas que estão na Tabela 3 foram destacadas as células negritadas e que representam o nível de concordância e de concordância plena em índices superiores aos níveis de discordância para a primeira hipótese estabelecida.

Tabela 4 - Respostas dos entrevistados às questões relacionadas com a hipótese 2 (dois): “A comunidade local confirma como positivas as alegações de governantes e dirigentes de que o futebol agrega valor à localidade além de proporcionar possibilidades de investimentos”.

| Afirmativas | Concordo plenamente | Concordo | Discordo | Discordo plenamente |
|---|---------------------|----------|----------|---------------------|
| Com a chegada do time de futebol [...]: Aumentou a prática esportiva na cidade. | 2,06% | 47,93% | 48,62% | 1,37% |
| Aumentaram os programas e projetos esportivos na cidade. | 0,07% | 31,72% | 63,44% | 4,13% |
| Aumentou a visibilidade do município na mídia em geral, internet, rádio, TV. | 15,86% | 68,62% | 15,51% | 0% |
| Aumentou seu sentimento de identidade e orgulho com a cidade. | 1,37% | 52,05% | 45,51% | 1,03% |
| Melhorou o serviço de transporte público | 0% | 13,44% | 79,65% | 6,89% |
| Melhorou o serviço de saúde | 0% | 9,31% | 78,27% | 12,41% |
| Melhorou a segurança pública | 0% | 15,17% | 80,68% | 4,13% |
| Aumentou o número de vagas de emprego. | 0% | 17,58% | 75,86% | 6,55% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

Para a segunda hipótese estabelecida, percebe-se o equilíbrio com uma tendência mais forte para índices maiores de discordância, principalmente ao se tratarem de questões relacionadas à materialização dos possíveis retornos econômicos no cotidiano da população demonstrados na Tabela 4.

Tabela 5 - Respostas dos entrevistados às questões relacionadas com a hipótese 3 (três): “A comunidade local tende a corroborar com o incentivo financeiro dado pela prefeitura ao time de futebol”.

| Afirmativas | Concordo plenamente | Concordo | Discordo | Discordo plenamente |
|--|----------------------------|-----------------|-----------------|----------------------------|
| Para a manutenção do time de futebol [...], a prefeitura precisa ceder os equipamentos públicos municipais gratuitamente. (estádios) | 4,82% | 53,79% | 38,96% | 2,41% |
| Conceder outros incentivos financeiros. | 0,07% | 36,20% | 51,03% | 11,72% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

As duas questões que foram formuladas e apresentadas na Tabela 5 para verificar a terceira hipótese trouxe uma primeira questão que tratou da entrega de dois estádios municipais para administração e uso da equipe sem que ela precisasse fazer nenhum repasse ou pagamento de aluguel. A esta questão 156 (cento e cinquenta seis) respondentes concordaram, 14 concordaram plenamente o que representa uma tendência de cerca de 60% de aceitação da medida.

A segunda questão tratou de verificar se os indivíduos respondentes tinham tendência a concordar com outras formas de incentivos ao time de futebol, que são oferecidos pelo município. Nessa questão 108 (cento e oito) indivíduos respondentes, o que representa 37% da amostra tiveram tendência a concordar e somados ao 11,72% que discordavam plenamente chegou-se a 182 (cento e oitenta e dois) respondentes representando 63% da amostra que recusam a aceitar outras formas de incentivo do poder público para a equipe de futebol.

A Tabela 5 vai apresenta graficamente uma relação de tendência entre as questões inseridas em cada hipótese e de uma hipótese em relação à outra conforme foi apresentado na disposição dos dados nas tabelas 3, 4 e 5.

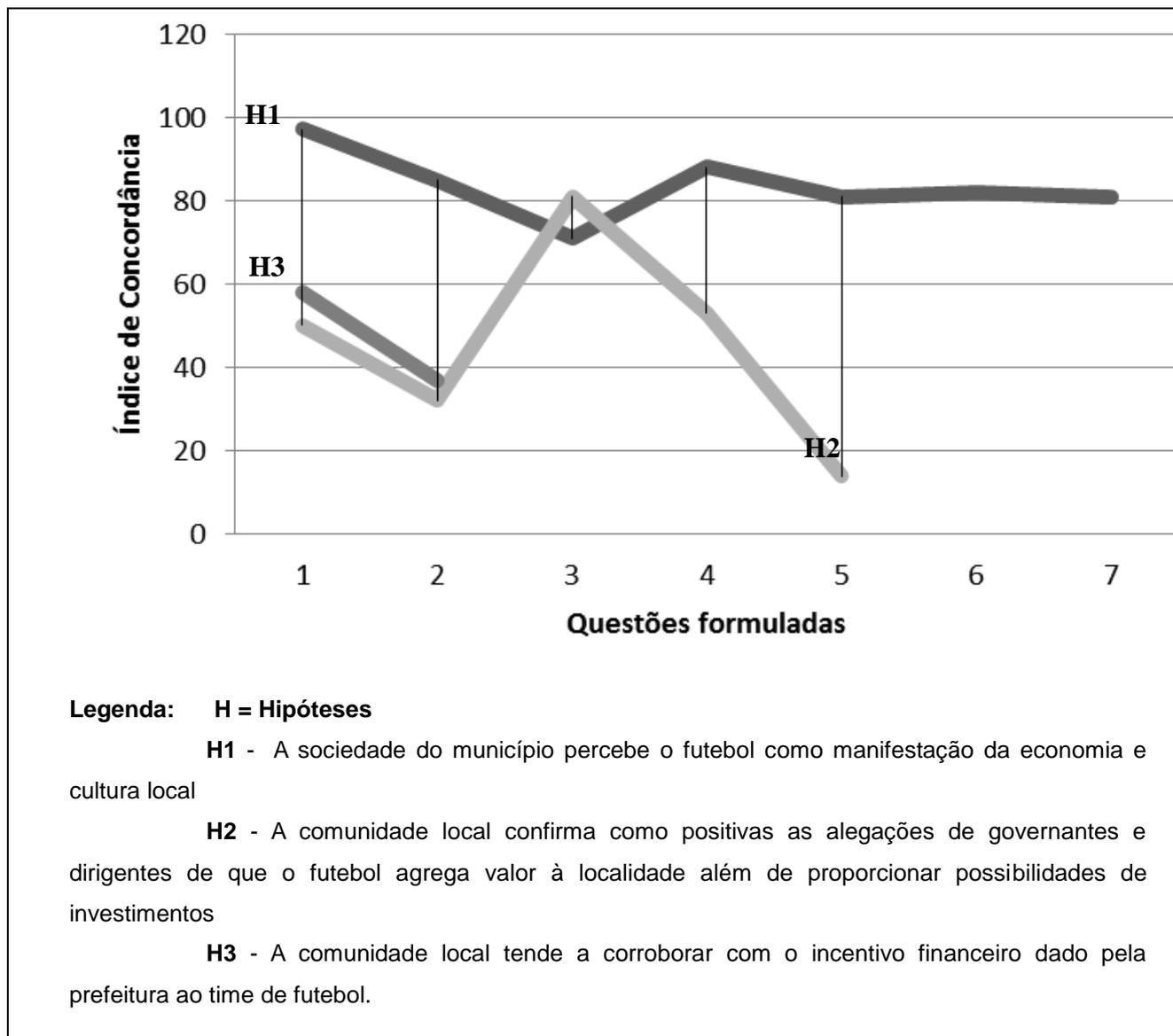


Gráfico 3 – Tendência comparada das três Hipóteses
 Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

No Gráfico 3, enquanto a linha da primeira hipótese se mantém praticamente estável, demonstrando um número sempre grande de concordância em relação às assertivas propostas, a linha que representa a segunda hipótese cai na medida em que as perguntas vão tratando da especificidade do objeto e sua aplicação concreta no dia-a-dia dos indivíduos, desenhando a não identificação de influência econômica em seu cotidiano. A linha que representa a terceira hipótese apresenta a tendência de queda em concordar com a cessão dos estádios em relação à concessão de outros incentivos.

4.2 PESQUISA COM OS COMERCIANTES DO SETOR DE SERVIÇOS

Conforme abordado no referencial deste trabalho, observa-se que a influência do futebol enquanto esporte *business* no setor de serviços, na geração de divisas para o município e de emprego para os residentes é defendida por diversos atores.

Euchner (1993) inicia sua obra apresentando a fala do prefeito de Washington D. C. dos Estados Unidos. Naquela ocasião o prefeito falava da necessidade de se manter a equipe de futebol americano Redskins no município, destacando que, defender a permanência do time seria garantir o emprego dos moradores.

O prefeito do município da cidade investigada neste estudo, em declaração pública, também fez observações semelhantes ao falar da presença do time no município: “O time fortalece o esporte local de nosso município, incrementa a economia local, trazendo mais movimento para o nosso estádio, hotéis, bares, restaurantes, enfim, no comércio em geral”.¹⁰

A pesquisa com os comerciantes do setor de serviços do município procurou identificar, a visão que eles têm do futebol como negócio, a parceria entre o clube e o município onde eles exercem atividades e dos incentivos que o município oferece ao clube.

O tempo estimado que os respondentes da amostra já exercessem atividade comercial no município foi de 73% exercendo atividade há mais de dez anos, 17% que já exercia suas atividades entre quatro e dez anos e 10% exerciam suas atividades há menos de 3 (três) anos.

Dos respondentes para as três primeiras questões, que tratou da percepção em relação ao aumento da atividade econômica, 51,28% perceberam aumento significativo da atividade econômica no município após a instalação do time de futebol. Em relação a um aumento da atividade econômica no ramo de atividade que o respondente desempenhava 66,66% não o perceberam qualquer aumento, e cerca de 5% não soube opinar. Dos 28,20% que perceberam aumento de atividade econômica em seu ramo de atividade, 59,25% não qualificaram o aumento como

¹⁰ Informação verbal: Discurso público do chefe do executivo municipal em um clube do município investigado durante o lançamento do novo uniforme da equipe de futebol para a temporada 2014.

sendo significativo do ponto de vista econômico.

No Gráfico 4, tem-se uma ilustração das respostas quanto a essa percepção dos comerciantes apresentada anteriormente. Neste gráfico a série número 1 (um), ao apresentar o plano do triângulo apontando para cima significa o aumento da atividade econômica, e a série número 2 (dois) apresentando o plano do triângulo voltado para baixo demonstra a não percepção de aumento das atividades econômicas.

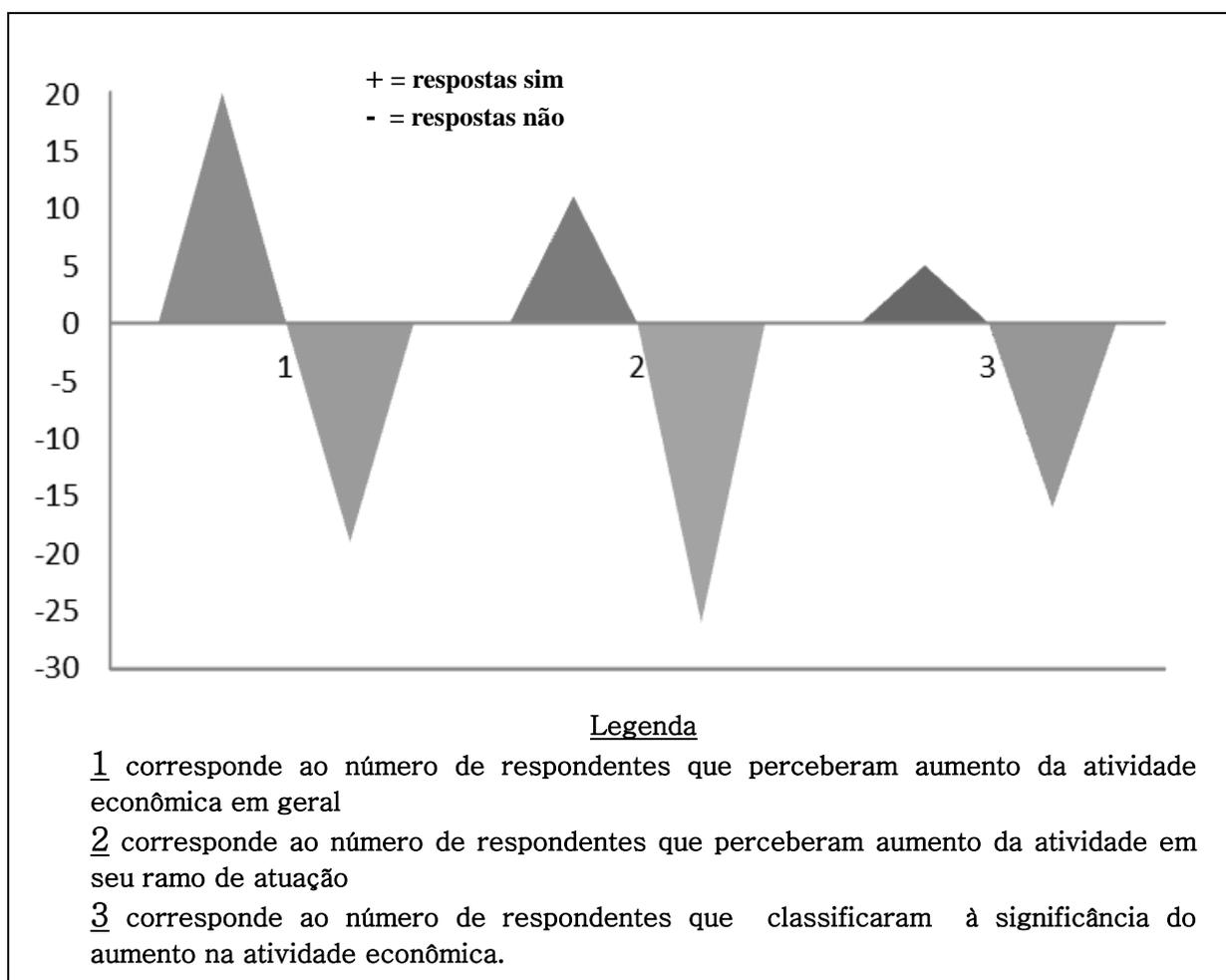


Gráfico 4 – Percepção dos empresários de aumento atividade econômica
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

As duas questões seguintes do questionário indagava aos respondentes quanto às suas expectativas futuras em relação ao aumento da atividade econômica por causa do time de futebol no município, tendo 52% respondido que nutre expectativas de que ocorrerá aumento em função das atividades da equipe de futebol no município. Do total de respondentes, cerca de 30% pretende fazer algum

tipo de investimento caso o time de futebol permaneça no município e continue a disputar campeonatos importantes de visibilidade nacional.

Quanto a possíveis vagas de emprego menos de 7% dos estabelecimentos responderam ter gerado qualquer vaga de emprego por causa da atividade futebolística que passou a ser desempenhada ou que pudesse ser ligada a ela.

Em vista da atividade desempenhada, a temática segurança foi colocada no questionário por ser considerada fator importante para o desempenho de atividades comerciais. Quanto ao aumento da segurança, 12,80% relatam ter percebido aumento.

Como agentes de desenvolvimento do município, os comerciantes também foram indagados quanto ao incentivo da prefeitura para que o time de futebol se instalasse e permanecesse no município, sendo respondido por 64% que a cessão gratuita dos espaços públicos do município de forma gratuita para a equipe de futebol é algo positivo, sendo que 31% ainda concordam que se concedam outros incentivos ao clube como o pagamento de despesas com alugueis, transporte, patrocínios ou exames de jogadores.

A questão de frequência ao estádio foi proposta para verificar a identificação com o objeto da pesquisa sendo verificado que cerca de 40% dos respondentes costumam frequentar o estádio.

Ao indagar dos respondentes, se a parceria implementada pelo poder público do município analisado com o Clube de Futebol é benéfica para o município, 69% confirmaram como sendo positiva a parceria.

Para a última questão proposta, que foi uma questão aberta, por meio da qual se buscou extrair dos respondentes a visão deles de como a presença do time de futebol afetaria os negócios desenvolvidos pelos respondentes no município, 92% respondeu que não afeta de forma nenhuma, 2% respondeu abertamente que afeta de forma negativa em função dos recursos dispendidos pela prefeitura como incentivo ao clube e 6% respondeu que afeta de forma positiva, pois atendem com seus serviços aos times adversários quem vêm jogar contra o time local, ou prestam serviços aos jogadores que exercem a atividade no município.

4.3 PESQUISA COM OS FREQUENTADORES DO ESTÁDIO DE FUTEBOL

Buscando delinear o perfil da origem do público que assiste aos jogos de futebol no Estádio Municipal da cidade objeto deste estudo, buscou-se desnudar os indivíduos que eram procedentes de outros municípios, bem como o valor gasto para consumir alimentos ou tomar serviços na cidade foi realizado o levantamento na porta do estádio.

Foi possível esse levantamento em 21 das 25 partidas oficiais realizadas no ano de 2013 nesse município pelo time de futebol transferido, sendo preenchidos os formulários na porta do estádio antes das partidas.

De todas as partidas em que foram coletadas as amostras, a pesquisa mostrou que em apenas uma delas não foi encontrado nenhum frequentador que viera de outro município para assistir ao certame. Nas demais, esse PFL, apresentou uma variação que foi dos 4% no dia com menor presença de PFL, até os 55% no dia com maior presença de PFL, ficando a média geral de PFL em 18,03% dos frequentadores do estádio.

Os gastos realizados pelo público de fora da localidade tomando por base os valores pré-estabelecidos, demonstrou que a maior parte do PFL efetuou gastos que podem ser considerados altos e apresentou-se da seguinte forma: 15,51% gastaram uma média de R\$ 15,00 reais; 22,98% gastaram em média R\$ 30,00 reais; 20,49% gastaram uma média de R\$ 50,00 reais e 40,98% gastaram em média R\$ 70,00 reais. O valor aproximado gasto pelos frequentadores PFL durante essas partidas de 2013 totalizou R\$ 315.605,00.

O Gráfico 5 trás a relação entre as PFL expressas pela relação entre a porcentagem e os valores gastos no comércio por ocasião dos jogos por cada grupo, que está expresso em reais.

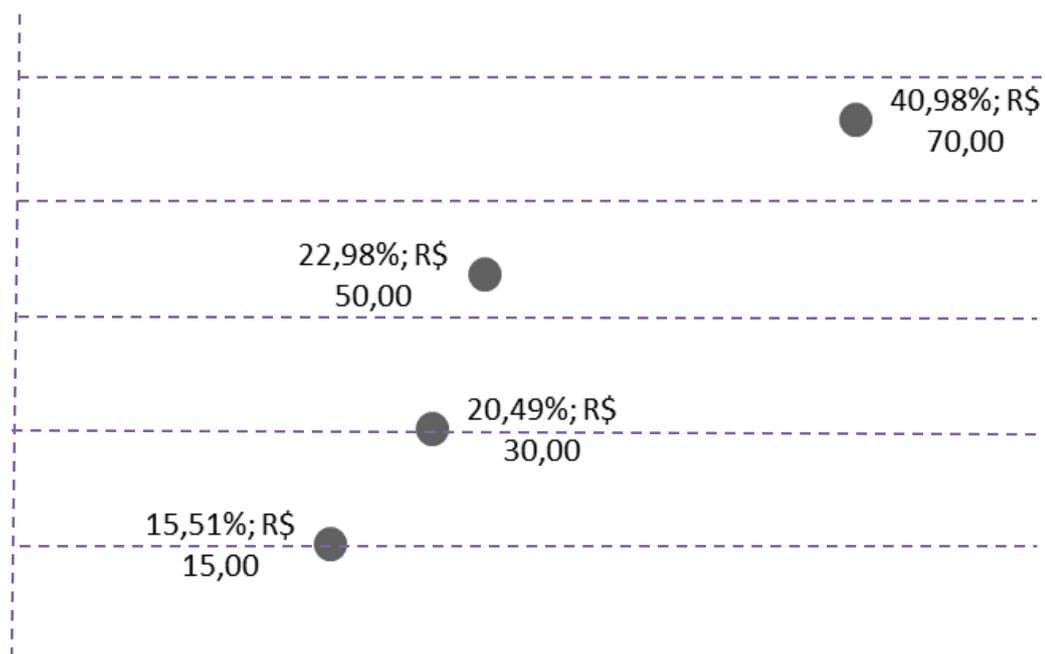


Gráfico 5 – Relação entre porcentagem de PFL e média de valores gastos no comércio
Fonte: Dados da pesquisa, 2014.

5 DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Nesse capítulo serão discutidos os resultados obtidos, estando dividido em duas subseções. Na subseção 5.1 se vai discutir os dados obtidos quanto à percepção da população e de empresários em relação à parceria do município e o clube, suas visões e expectativas além de suas expressões quanto ao apoio financeiro realizado pelo poder público. Na subseção 5.2 discutir-se-ão os dados que dizem respeito à frequência nos jogos, por parte de indivíduos que não sejam moradores da localidade onde a equipe está instalada e realiza seus jogos.

5.1 O IMPACTO DE UM TIME DE FUTEBOL NA ECONOMIA LOCAL: A PERCEPÇÃO DE ALGUNS *STAKEHOLDERS* NO CASO DA PARCERIA ENTRE UM TIME DE FUTEBOL E UM MUNICÍPIO DO SUL DE MINAS GERAIS

Os dados da pesquisa com a população e com os comerciantes locais são discutidos de forma conjunta, pois esses atores estão diretamente ligados aos possíveis impactos econômicos advindos da parceria; primeiro por serem pacientes de seus efeitos, enquanto pertencentes à localidade onde ela se estabeleceu, e seriam então, pelo que se espera, os que poderiam colher os maiores benefícios do incremento das atividades econômicas. Em segundo lugar, comerciantes e população acabam por ser agentes secundários dessa parceria enquanto contribuintes, pagadores de impostos e de tributos que é de onde se retiram as verbas para a execução da parceria na parte que cabe ao município, e também, por ser em nome deles que celebra contratos e convênio o chefe do poder executivo.¹¹

Tanto população quanto comerciantes apresentaram respostas que

¹¹ O Povo do Município de [...], Estado de Minas Gerais, por seus representantes na Câmara Municipal, aprovou e eu, em seu nome, sanciono a seguinte Lei, **Art. 1º** Fica o Município de [...] autorizado a conceder ajuda financeira ao **TIME DE FUTEBOL...**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº [...], com sede nesta cidade de [...], de modo a colaborar com a sua participação no Campeonato Brasileiro - Série "B", Copa do Brasil promovidos pela CBF - Confederação Brasileira de Futebol e, no Campeonato Mineiro visando promover o esporte com a finalidade de dinamizar a utilização das instalações e recursos esportivos existentes no Município.

apontam para o futebol como algo benéfico para a sociedade e para a economia local. A pesquisa na população, que foi mais aprofundada em relação à confirmação desta hipótese, demonstrou que a comunidade guarda uma enorme identificação da cultura e economia ligadas ao futebol como uma união íntima e de grande influência.

Existe um discurso oficial que trata desta equivalência entre futebol e desenvolvimento; Dejonghe (2000) destaca este ideário que povoa a cabeça das pessoas desde os séculos passados, principalmente por ligar os fatos como da hegemonia Britânica nos séculos XVIII e XIX, à ideia de forte relação entre desenvolvimento econômico a países que adotaram o futebol em suas diversas modalidades e variáveis como seu principal esporte.

O fato de grandes organismos internacionais também adotarem o discurso do alinhamento de desenvolvimento econômico por meio do desenvolvimento esportivo é citado por Nozaki (2004), para quem, desde a Segunda Guerra Mundial, o esporte vem sendo tomado como elemento forjador, sendo o sucesso esportivo, encarado como desenvolvimento econômico. Ele chama a atenção para o relatório da ONU de 2000, que apresenta as metas do milênio 2015 e na seção destinada ao papel dos esportes, destaca-se esta atividade como sendo capaz de exercer influência sobre a saúde, reduzindo a probabilidade de doenças através da mobilização social. Sinaliza também o relatório, para o potencial econômico significativo contido no esporte, afirmando ser este um importante setor para a geração de empregos.¹²

Nessa perspectiva foi expresso por 71% dos respondentes da pesquisa, uma concordância ou concordância plena de que o futebol representa oportunidade de crescimento para a economia, sendo que a população em geral, guarda a visão, de que o futebol tem esse poder de influenciar positivamente a economia, e conseqüentemente a presença de um clube de expressão na cidade aponta para uma expectativa positiva de crescimento econômico e desenvolvimento social, ideia que povoa o imaginário das pessoas.

Ao se considerar o referencial teórico, onde se trouxe à tona o que tratou Gurgel (2006), para quem o aceite total do futebol por parte da sociedade como algo que era mais que um jogo e que foi gradativamente mudando, uma vez que, as

¹² Contribution of Sport to the Millennium Development Goals (ONU, 2000).

1. Eradicate extreme poverty and hunger; Sport programs and sport equipment production provide jobs and skills development

regras e as relações entre jogadores, clubes, investidores, torcedores e não menos importante, a mídia se viram transformadas em virtude das relações econômicas, ele acaba por chegar ao que chama de: “força de lucro” gerado pelo futebol, e ainda que a mídia é levada a trabalhar com o esporte nesta perspectiva.

Esse posicionamento da população, talvez possa ser explicado em partes, pela propaganda dos organizadores, diretores, entidades ligadas ao futebol e da grande mídia, que frequentemente, os têm apresentado como um instrumento catalisador de renda e empregos. Esse discurso é reproduzido pelas autoridades, sendo então apropriado pela população que nutre a expectativa positiva de que o sucesso no campo representa sucesso na economia.

Euchner (1993) relata que acabam fazendo parte do discurso oficial, os argumentos de legado econômico que um time deixa para uma cidade, sobretudo para cidades dos Estados Unidos naquela época, que segundo ele passavam por uma mudança na arrecadação de impostos municipais, podendo então o prefeito se colocar como o “herói municipal”.

Most arguments for building stadiums and hosting professional baseball and football teams depend on a promise of economic development. The key stage in public campaigns for stadiums is the release of official studies that estimate how many millions of dollars a sport team ‘contributes’ to the city’s economy. With severe declines in federal aid to cities during the 1980s and with fiscal stress a chronic condition for many municipalities, local leaders are determined to promote economic development as a means of generating local tax revenues, providing income-producing jobs for an increasingly poor population, and projecting images of themselves as engineers of an ‘urban renaissance’. (EUCHNER, 1993, p. 54).

Baade (1994) ao tratar em seu trabalho a respeito da relação entre estádios, franquias, esporte profissional e desenvolvimento econômico adota termos notadamente utilizados pelos autores que tratam da atividade e crescimento econômico proporcionado por megaeventos, de forma que essa relação de termos, ao tratarmos da essência e natureza dos esportes, independente da estrutura onde são aplicados, quando imbricados ao fenômeno econômico e social são cabíveis para a nossa análise.

Há que se fazer, neste ponto, um destaque para a diferença tanto no campo estrutural quanto no campo dos estudos realizados, entre os chamados megaeventos sazonais, e as demais atividades desportivas chamadas correntes ou regulares. Essas duas atividades que na abordagem desse trabalho são

intrinsecamente semelhantes do ponto de vista de sua natureza e essência ao colocar os esportes como catalizador de desenvolvimento, são drasticamente diferentes do ponto de vista da organização e estrutura.

Em ambos os tipos de eventos, existe a permeabilidade das transações e atividades econômicas. Em ambos são apontados fatores geradores de rendas e de despesas existindo por detrás de suas organizações, diversos grupos de interesses.

No caso do Brasil, um dos principais grupos de interesse é a mídia televisiva, que detém todos direitos de imagem sobre as partidas de campeonatos regulares e de megaeventos sazonais, seja no país ou fora dele, e que faz a partir desse “poder” a propaganda econômica positiva, ainda que de forma indireta dos eventos esportivos, sendo destacado pelos clubes que provêm da verba de imprensa sua principal fonte de financiamento hoje.

No questionário trabalhado junto à população ficou demonstrado que, como espectadores, a visão de oportunidade de crescimento econômico proporcionado por um time de futebol tem predominância nas opiniões emitidas. Os comerciantes tiveram uma tendência mais moderada ao analisar as questões que apontavam para o futebol como fator de desenvolvimento econômico. Um pouco mais de 50% considerou que a presença do time de futebol tenha influenciado a economia local e 81% considerou que, a presença do time de futebol não influenciou os negócios em seu ramo de atividade.

Ao comparar essas duas visões de realidade, população e comerciantes, não se quer tratar de dar a uma ou a outra maior ou menor importância, mas destacando-se a posição em que os atores se encontram, demonstrar que os comerciantes dos setores que foram pesquisados podem informar com maior propriedade os impactos reais na economia por desempenharem como agentes ativos a atividade econômica *in loco*.

A possibilidade de encarar o futebol como mais uma atividade de trabalho e também atividade econômica, pode ser analisada pela ótica de Aguiar (1999) de onde se infere a não pertinência de se tomar o esporte pela ótica de um valor negociável. Ao tratar da dramaticidade do futebol em seus diversos aspectos e representações, ele fala a respeito da alienação do trabalho, que cria mitos e espalha ideologias que povoam o imaginário da população, estando o futebol mais para uma “fuga” dessa realidade, que uma solução econômica ou financeira:

O futebol é um espaço de combate, mas nele se instala uma dramaturgia do

trabalho, uma dramaturgia de avessos. O futebol não 'representa' o trabalho; ele simplesmente aciona o esforço comum de convivência com a Natureza, bem como a percepção e transformação da mesma. Dramaturgia do trabalho significa aqui, antes de mais nada, um antitrabalho, se por trabalho entende-se 'ganhar a vida'; mas é diante do trabalho, no espaço do lazer, que o futebol se dá. (AGUIAR, 1999, p. 163).

Pela obra desse autor é possível vislumbrar como o futebol é apresentado em si, não como uma alienação à realidade, mas uma forma de alento e de crença, para ele, em vista da realidade alienante do trabalho.

Neste estudo, é possível verificar que o índice da população que tem tendência a concordar que o futebol agrega valor ao nome da cidade é de 82%. Esse expressivo número se junta a outros 70% que concordam, e ainda, a mais 11% que concordam plenamente que a vinda do time de futebol foi benéfica para o município analisado chegando a 81% o índice dos que enxergaram como positiva a vinda do time para o município.

Essas afirmativas apresentadas dentro do contexto de identidade cultural e identidade econômica, na relação time de futebol e município tiveram como principal ponto na mudança de posicionamento da população, em relação à percepção da presença do time de futebol como possibilidade de investimentos e atração de recursos, no momento em que se passa a verificar fatores que estão mais ligados ao cotidiano da população.

A primeira questão procurou saber qual o nível de concordância em relação ao aumento da prática de atividades esportivas no município, sendo que caiu para 50% o percentual de respondentes que concordaram com essa questão.

Já em relação ao aumento de programas e projetos esportivos na cidade após a celebração da parceria entre Município de a equipe de futebol, 196 indivíduos representando 68% tiveram discordaram que houve aumentos de projetos e programas esportivos.

Perguntados se a parceria proporcionou alguma melhora na prestação de serviços à comunidade nas áreas de saúde, educação, segurança ou geração de empregos 86,12% discordaram ou discordaram plenamente dessa questão.

Percebe-se então, uma relação antagônica entre expectativa e realidade, quando os altos índices percentuais apontam para um ideário de expectativas positivas na população em relação ao esporte como fator de crescimento e desenvolvimento, isto ao confirmarem a primeira hipótese, mas um alto índice

percentual de discordância quando se é interpelado a respeito do que se está colhendo na realidade como retorno concreto dessa parceria.

Autores como Lertwachara e Cochran (2007) são categóricos ao desestimular parcerias entre poder público e equipes esportivas como forma de melhora de indicadores da economia ao relatarem:

Our results imply that on the basis of the incremental local per capita income they generate, professional sport franchises do not justify the abatements, concessions, and incentives that are used to attract them to an MSA. If their goal is to increase their citizens' per capita income, cities should stop using these tactics to attract professional sports teams to their markets. (LERTWACHARA; COCHRAN, 2007, p. 253).

Com os empresários, essa relação de concretude dos fatos da relação econômica entre time e município é diretamente proporcional em relação aos índices apresentados na pesquisa com a população, mas é contrário à visão do empresariado em relação a expectativas positivas de um futuro crescimento da atividade econômica, dos quais 52% responderam que nutrem expectativas de que ocorrerá aumento em função das atividades da equipe de futebol no município e desse total de respondentes, 33% pretende fazer algum tipo de investimento caso o time de futebol permaneça no município e continue a disputar campeonatos importantes do ponto de vista econômico e com visibilidade nacional.

A baixa percepção, por parte da população, do potencial de gerar empregos ou outros serviços básicos para a população em virtude do investimento na parceria que proporcionou a mudança do ambiente esportivo no município, é confirmada, quando cerca de 0,7% dos empresários relatam ter criado em algum momento vagas em função da presença da equipe de futebol no município, sendo que este percentual representa 3 (três) estabelecimentos da amostra que geraram aproximadamente 6 vagas de emprego.

Um número ainda mais baixo foi encontrado nos estudos realizados por Rosentraub et al (1994) em Indianápolis nos Estados Unidos, que descreveu crescimento de 0,3% na geração de empregos naquela cidade em razão da franquias esportiva ali existente.

Coates e Humphreys (2008) também citam a não existência de sustentação empírica de alegados retornos econômicos:

Call for subsidies at the local level come from interest groups and their Consulting firms – which we call “promoters” of subsidization – who talk up

benefits of sports franchise, stadiums and mega-events. As we shall see, promoter's claims of such local benefits don't hold up empirically. (COATES; HUMPHREYS, 2008, p. 298).

Com base em autores como Baade (1994), Coates e Humphreys (2008), e o resultado obtido nos níveis de concordância das questões, principalmente aquelas que tratam de fatores do cotidiano dos indivíduos do município pesquisado, percebe-se como hipótese provável, que se trata de um discurso orquestrado que envolve mídia, governantes e os chamados “*promoters*”, de que benefícios em relação ao crescimento econômico e geração de empregos são consequências automáticas da presença de uma equipe esportiva no município.

Coates e Humphreys (2008) relatam que em alguns estudos da relação investimento público e retorno econômico com impactos, por exemplo, sobre a renda dos moradores, foram encontradas relações de decréscimo na renda e indicadores na economia local quando o município passa a patrocinar uma equipe para sustentá-la em um município.

Na terceira hipótese estabelecida neste estudo com a população, que tratou de confirmar se a população local corrobora com a os incentivos dados pelo município ao time de futebol, ente privado, foram realizadas duas perguntas.

A primeira pergunta que tratou da aceitação dos níveis de concordância da população quanto à cessão gratuita de dois estádios de futebol Municipais para uso do time de futebol, teve uma concordância de 58%. Esse percentual pode ser considerado positivo, partindo-se do ponto de vista de que os estádios vinham sendo utilizados abaixo de seu potencial, no que se refere à disputas de partidas oficiais, em competições profissionais, com a perspectiva de geração de receitas uma vez que não existiam à época equipes profissionais atuando no município antes da chegada da equipe que passou a administrar o estádio e a receber incentivos municipais conforme lei municipal, (ver notas 9 e 11).

A população parece ter demonstrado o reconhecimento de ter que se colocar em uso e aproveitamento ampliado das instalações esportivas. Ressalta-se que os estádios ao serem entregues para a gestão da equipe de futebol acabam por serem fechados para o uso de atividades de desporto pelo resto da comunidade.

A entrega dos estádios para a administração e gestão do clube é fator relevante para a análise, uma vez que, um dos estádios erguido em 1952 foi construído pela união da comunidade e associados em regime de mutirão. O outro

estádio foi construído, inteiramente custeado com recursos públicos municipais, um grande estádio municipal, uma grande estrutura com a pretensão de se tornar o segundo maior estádio de futebol de Minas Gerais.

A segunda questão que tratou de verificar o nível de concordância da população quanto a outros tipos de incentivos financeiros, que não apenas a cessão dos estádios, 63% discordaram ou discordaram plenamente que fossem dados outros incentivos.

Quando se confronta esse percentual, com o índice que tratou da percepção de algum retorno concreto em serviços básicos para a população, percebe-se que ele apresenta tendência de rejeição, de que sejam destinados recursos para investimentos em um ente privado, como um clube de futebol.

Mourão ([2004?]) destaca essa relação da aceitação e da participação da população quando da ocorrência de transferência de clubes, à uma primeira satisfação de necessidades primárias dessa população. Portanto, a rejeição de que sejam destinados incentivos financeiros para o clube, podem estar ligadas a essa necessidade de acesso da população a serviços essenciais básicos como transportes, saúde, segurança moradia e alimentação.

Questões da mesma natureza foram verificadas junto aos comerciantes locais. Os comerciantes demonstraram uma relação de convergência com as respostas dadas pela população, porém com uma rejeição ainda maior à concessão de incentivos financeiros ao time de futebol, com 64% concordando que a cessão gratuita dos espaços públicos do município de forma gratuita para a equipe de futebol é algo positivo. No entanto, 69% discordam que se concedam outros incentivos ao clube como pagamento de despesas com alugueis, transporte, patrocínios ou exames de jogadores.

Esta questão proposta aos comerciantes pode ser explicada pela avaliação que foi feita em relação à influência que a presença do time de futebol no município tem sobre os negócios desempenhados por eles, sendo que 92% não percebe influência nenhuma ou impacto para os negócios. Outros 2% responderam abertamente que, a parceria do município com o time afeta de forma negativa em função dos recursos dispendidos pela prefeitura, por causa dos incentivos repassados ao clube, e que poderiam ser utilizados em outros setores da economia. A visão desses 2% que disseram perceber uma interferência negativa na economia e em seus negócios vai ao encontro do que concluiu um dos estudos dos

pesquisadores Coates e Humphreys (2000, p. 20):

The evidence suggests that attracting a professional sports franchise to a city and building that franchise a new stadium or arena will have no effect on the growth rate of real per capita income and may reduce the level of real per capita income in that city. Households that choose to attend games will spend less on other things, perhaps going out to dinner, bowling, or the movies. If the impact of each dollar spent on these forgone alternatives has a larger effect on the local economy than the impact of each dollar spent on professional sporting events, the local economy will contract and income will be lower. Why would the impact of each dollar spent going to a professional basketball game be smaller than the impact of each dollar spent on bowling? This could easily occur if the revenue generated by the basketball team and arena, which in turn becomes the income made by the players and team owners, escapes the flow of transactions that make up the local economy to a greater extent than the income made by the owners and employees of the bowling alley or movie theater.

Portanto, esta perspectiva de parte desses comerciantes e dos autores, vai ao encontro do que concluiu Baade (1994), ao afirmar que, se houver a capacidade de atrair moradores de fora da localidade para assistirem a uma partida esportiva, vindo elas a realizar gastos na localidade, a equipe consegue importar capitais e exportar serviços. Mas, se a capacidade dessa equipe não for verificada, o que acontecerá será exatamente o contrário, uma vez que os investimentos realizados pelo poder público e a arrecadação oriunda da renda dos moradores que assistem ao espetáculo, dificilmente será revertida para o município, sendo sua maior parte dispensada para o pagamento dos salários de jogadores, que na sua maioria não têm residência nem investimentos nessas cidades médias em que atuam.

Outros 6% responderam que afeta de forma positiva, pois atendem com seus serviços aos times adversários quem vêm para o município jogar contra o time local, ou prestam alguns serviços aos jogadores que exercem a atividade no município.

Os dados demonstram que a percepção da população e comerciantes é de aceitação da parceria e reconhecimento do futebol como identidade cultural.

A população e os comerciantes pesquisados acabam por corroborar em sua maioria com dirigentes e governantes quando concordam que a parceria da prefeitura com o time de futebol pode trazer retornos econômicos gerando emprego e renda. Já as respostas às questões concretas que abarcam o cotidiano da população e comerciantes, pelas quais eles deveriam apontar de alguma forma

esses retornos, demonstram que não existe nenhuma correlação entre esses dois fatores. Percebe-se pelas afirmações, que está presente a contradição entre a ideia que se tem de sucesso esportivo no campo econômico, em contraposição ao fato, sucesso do econômico concreto na vida cotidiana.

A Tabela 4 demonstra bem essa reflexão ao se verificar que, na medida em que se vai aprofundando nas afirmações sobre questões que estão ligadas ao cotidiano das pessoas, como saúde, educação e geração de emprego o nível do índice de concordância vai diminuindo bruscamente, enquanto os níveis de concordância da ideia de que o futebol tem o poder de transformar essas mesmas realidades foi alto.

5.2 DISCUSSÕES SOBRE OS DADOS GERADOS A PARTIR DO PÚBLICO DE FORA DA LOCALIDADE (PFL)

A teoria de Baade (1994), que afirma a possibilidade de uma equipe esportiva impactar positivamente uma economia local depende da sua capacidade de atrair PFL para que ali deixem recursos, o que ele coloca como exportação de serviços e importação de capital, ele que é presidente da Associação Internacional de Economia do Esporte e professor da Universidade de Esporte da Califórnia, tem sido usada por outros pesquisadores, como Davies (2002) para verificar se a soma desses recursos advindos pode ser considerada significativa, destacando ele que o simples fato de atrair PFL não se constitui em uma garantia suficiente para que se possa afirmar que ocorre impacto.

Certamente não será qualquer número ou qualquer quantia deixada no município por PFL que irá provocar mudanças na economia, pois existe a necessidade de se mensurar, colocar no outro lado da balança o quanto é investido pelo poder público, nessa parceria.

Estudos americanos como o de Baade (1994) sobre este tema destacam que, não se pode colocar, por exemplo, como peso favorável a melhorar o crescimento econômico no município, valores como os salários pagos a jogadores.

Os jogadores integrantes de times de maior expressão nacional, geralmente não fixam residência na cidade para onde o clube é levado, acontecendo

que os valores pagos como salários, oriundos de patrocínio ou da renda obtida nos jogos, acabam por ser levados para fora da localidade e investidos nas cidades de origem dos jogadores.

Os dados levantados dos gastos de PFL por ocasião dos jogos do time de futebol que se transferiu para o município do Sul de Minas no ano de 2013, demonstram um valor de R\$ 315.000,00, aos quais o comércio local não teria acesso caso o time não estivesse mandando seus jogos na cidade.

Conforme Lei 5.669/2013, o município investigado faz um investimento expresso de até R\$ 24.000,00 mensais na parceria, que somados no curso de um ano totalizam R\$ 288.000,00, e que apenas parte do dinheiro gasto por PFL no comércio volta aos cofres da prefeitura, e ainda que a geração de emprego é muito pequena no comércio, acaba por existir um investimento público alto para que ocorra a manutenção da equipe na cidade sob argumento de que se gera por tal mecanismo retornos econômicos para a localidade.

Diversos estudos em outros campos das ciências, como da área da saúde, e sociais associam fatores positivos da atividade e do incentivo a prática esportiva e do futebol, e que certamente poderiam ser utilizados como argumentos para o incentivo a esse esporte, porém o argumento de retornos econômicos não pode ser comprovado.

A presidente do Brasil, com mandato em exercício de 2010 a 2014, conforme Nery e Coutinho (2014) vinham adotando um discurso de “legado da copa”, que apontaria para a melhoria de infraestrutura, geração de riqueza e empregos. Porém, no início de 2014, ao verificar que este discurso não estava sendo coerente com a realidade, encomendou uma pesquisa e estudos para verificar justamente qual a visão do brasileiro em relação à copa e os investimentos governamentais, verificando ainda, por meio dessa pesquisa, o que estava sendo produzido em relação ao pretense legado, junto aos órgãos envolvidos. Os estudos acabaram por orientar, segundo a reportagem, para que fosse feita uma mudança no discurso, adotando-se a temática da identidade e orgulho em se sediar um evento esportivo futebolístico mundial, deixando de lado o discurso dos legados e melhorias econômicas, pois não existia esta percepção por parte da população ou a aprovação de investimentos públicos em obras visando o evento.

Para prosseguir com a discussão, outro custo que precisa ser demonstrado e que no caso do município analisado ficou sob sua responsabilidade,

é o da manutenção dos estádios de futebol.¹³

Já no primeiro ano da parceria, em 2011, foi feita a cessão dos estádios municipais para administração e exploração econômica por parte da equipe de futebol, ato realizado por meio da celebração do convênio 06/2011 válido por dois anos. O ato foi renovado posteriormente por um período de mais 4 (quatro) anos por meio de projeto de lei enviado pelo executivo municipal à câmara de vereadores, vindo a ser editada após a aprovação a lei 5.669/2013.

Ao se comparar os termos redigidos nos instrumentos para a cessão do uso dos estádios municipais, a outros instrumentos de concessão já realizados entre os poder público e equipes de futebol ou grupos concessionários de outros estádios em outras regiões do Brasil, verifica-se uma disparidade em relação à contrapartida exigida, para que nesses locais se faça a exploração econômica.

No caso do estádio municipal do Rio de Janeiro João Havelange, “Engenhão”, fator importante e que diz respeito à responsabilidade pela manutenção do equipamento público ao longo da parceria, tem-se a seguinte previsão:

Caberá à CONCESSIONÁRIA todas as despesas necessárias à manutenção, conservação e funcionamento do ESTÁDIO OLÍMPICO MUNICIPAL JOÃO HAVELANGE, bem como de seus equipamentos e de toda área detalhada no **Anexo II**, durante todo o prazo de vigência do contrato. (RIO DE JANEIRO, 2007, p. 3).

¹³ **Art. 1º** Fica o Município de [...] autorizado a conceder ajuda financeira ao “**time de futebol**”, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF nº 18.152.967/0001- 54, com sede nesta cidade de [...], de modo a colaborar com a sua participação no Campeonato Brasileiro - Série “B”, Copa do Brasil promovidos pela CBF - Confederação Brasileira de Futebol e, no Campeonato Mineiro visando promover o esporte com a finalidade de dinamizar a utilização das instalações e recursos esportivos existentes no Município. **Art. 2º** A ajuda financeira referida no artigo anterior será concedida pelo Município através das seguintes ações: **a)** cessão, mediante ato próprio, do Estádio Municipal e todas suas dependências (bares, estacionamentos), para os jogos e treinamentos do **CLUBE**, conforme legislação vigente, sem prejuízo das atividades esportivas e sociais programadas pela Administração Municipal, cabendo as despesas de manutenção, água e energia elétrica a cargo exclusivo do Município; **b)** disponibilização do campo de futebol localizado na Rua Paraná, s/nº – Centro (Estádio [...]), para a Sede Social e treinamento do clube, em tempo integral, cabendo as despesas de manutenção, água e energia elétrica a cargo exclusivo do Município; **c)** cessão de 1 (um) ônibus – próprio ou locado, para transporte urbano dos atletas, bem como de 1 (um) médico clínico geral, 1 (um) médico ortopedista, 1 (um) dentista e 1 (um) fisioterapeuta, sendo que os referidos profissionais, quando não integrantes da rede pública, serão contratados diretamente pelo Município; **d)** realização de exames laboratoriais, cardiológicos, ergométricos e outros, através de setores próprios da Administração e/ou contratados juntos à rede privada; **e)** disponibilização de imóvel – próprio ou locado, destinado ao alojamento de no mínimo 35 (trinta e cinco) atletas.

Parágrafo único. Quando necessárias as contratações e/ou locações referidas nas alíneas “c” , “d” e “e” deste artigo, as mesmas serão efetuadas de acordo com a legislação pertinente. **Art. 3º** Para efeito do que dispõe o artigo anterior, fica o Chefe do Executivo autorizado a abrir crédito especial na forma da Lei nº 4.320/64, ou mesmo suplementar as dotações orçamentárias existentes.

Já na parceria realizada entre o município investigado neste estudo e o time de futebol que para ele se transferiu, se verifica pelos instrumentos que, as despesas com a manutenção dos estádios cedidos ficam todas a cargo do poder público municipal.

Em Ventin e Rodamilans (2008) é citado como custos para a manutenção anual de edificações e construções, um percentual de 1 a 2 por cento do valor investido na consecução da obra. Em Silva et al (2008), para Fernando Telles Ribeiro – Engenheiro especializado em planejamento de instalações esportivas / USP, o custo de manutenção no caso específico de instalações esportivas, pode chegar a até 10% anualmente, em relação ao custo da construção da instalação esportiva.

O fator manutenção é aqui destacado de outras despesas, por estar previsto nos contratos, se constituindo numa possibilidade real de gastos que alcançam cifras muito altas e que não aparecem de forma explícita no contrato de parceria do município estudado. Sua mensuração leva em conta vários fatores como: desgaste por uso, ação do tempo, adequações que podem variar de ano a ano ou de competição para competição, o que abre campo para que um estudo específico que aborde esta temática seja desenvolvido.

O investimento por parte do poder público, portanto em números absolutos tangíveis e das prováveis cifras não tangíveis, como a manutenção dos estádios, demonstra que o recurso atraído pelo clube pareceu não ser compensador, conforme esta análise, do ponto de vista econômico.

A prefeitura do município analisado, ainda dobrou o volume de previsão orçamentária para sua secretaria de esportes depois de celebrada a parceria com o clube, quando se compara a previsão orçamentária de 2008, 2009 e 2010, ou seja, os três anos anteriores à chegada do clube em relação aos três anos posteriores à sua chegada, 2011, 2012 e 2013. Os números relativos aos recursos alcançaram no primeiro semestre do ano de 2012, segundo a demonstração financeira por meio de seus informativos oficiais, a uma execução orçamentária da secretaria municipal de esportes, que triplicara em relação àquela previsão de empenho aprovada no ano anterior, e que conforme visto, já havia aumentado consideravelmente. Este fato merece melhor investigação, e talvez tal crescimento no aporte de recursos para essa secretaria poderia ser argumento para explicar possíveis gastos com manutenção do estádio e seu entorno. Investimentos estes que não foram previstos

ou mensurados na celebração da parceria, portanto não aparecem no contrato ou na lei, deixando a impressão de que os recursos públicos despendidos são apenas o montante previsto, criando-se a expectativa de que se trata de um baixo investimento o que, portanto poderia ser justificado pelo retorno econômico proporcionado pela equipe.

6 CONCLUSÃO

Foi proposto, por meio deste estudo, verificar se existe um impacto na economia de um município médio brasileiro que apoie financeiramente uma equipe de futebol, no contexto da interação poder público e equipes de futebol, com ênfase no fator econômico, buscando responder se um clube de futebol tem a capacidade de gerar crescimento, riqueza ou gerar emprego para uma localidade. Foi constatado pela análise que não existe incremento na economia de uma cidade que financie uma equipe de futebol, e que os argumentos de dirigentes e governantes de que isto ocorra não pode ser sustentado.

Portanto, o argumento de retorno econômico se torna falho, e tem sua argumentação baseada provavelmente, nos números absolutos de movimentação financeira de clubes, que são geralmente apresentados pela literatura *promoter*, não se baseando em estudos sistematizados ou relações de custo/benefício para a municipalidade quando são realizados estes investimentos.

Por meio da investigação das hipóteses teóricas estabelecidas, verificou-se que, no caso do município do Sul de Minas, a população tem a ideia objetivada de que um time de futebol atuando no município seja capaz de melhorar a economia, enxergando como benéfica a transferência do time para o município, o que confirma a hipótese estabelecida de que a população desejava um time de futebol e apoia sua presença, reconhecendo o time como potencial vetor para a economia.

No entanto, a ideia objetivada não se materializa quando a população não consegue apontar concretamente um impacto que fosse realmente significativo no seu cotidiano por meio de melhora nos serviços prestados. A incapacidade da população de apontar qualquer retorno objetivo, o não crescimento nos níveis de empregabilidade após a chegada do time, bem como a confirmação dos empresários do setor de serviços de que praticamente não foram gerados empregos, refutam a segunda hipótese de que a presença do clube seria capaz de melhorar a economia ou gerar empregos.

A população na sua maioria concorda com a cessão gratuita de estádios para um a equipe de futebol, porém se os benefícios concedidos forem além desse, a população tende a rejeitar que o poder público conceda esse incentivo refutando-

se também a última hipótese, pois que a população concorda em partes com apoios que sejam dados a equipes de futebol.

Os moradores do município concordam com governantes no que diz respeito à ideia de melhoria e retornos econômicos, concordam em ceder equipamentos públicos gratuitamente a uma equipe de futebol, porém não concordam quando eles afirmam que, essa ideia dos incentivos em vista de retornos, não pode se reconhecer em benefícios concretos para a coletividade.

Na relação do custo benefício entre o investimento no clube e a capacidade de atração de recursos, que se deram por meio do consumo no comércio e setor de serviços no município, não se mostrou compensatória do ponto de vista econômico uma vez que o investimento tangível feito pelo município é, em valores, igual à capacidade de atração de recursos que a equipe demonstrou.

Essa crescente tendência de mudança dos clubes, tem tomando cada vez mais corpo no país e os investimentos públicos em equipes esportivas, sob os argumentos já apontados, tem sustentação precária sob vários aspectos. O presente estudo demonstrou que essas alegações não se sustentam do ponto de vista da relação de custo/benefício nem de aprovação ou percepção da população de que melhorias aconteçam.

Nesse trabalho, não se trata de objetivar com valores de mercado algo que por sua natureza seria subjetivo como a paixão, felicidade e a emoção em relação ao espetáculo do futebol, expressões estas que remetem a possibilidades e potencialidades particulares para cada indivíduo; Trata-se apenas, de justamente refutar a teoria de que o futebol enquanto fenômeno social primeiro necessite, e depois deva receber recursos públicos porque é capaz de gerar riquezas, emprego e renda para a comunidade, isso na fala de seus promotores, o que os estudos citados e esta pesquisa desenvolvida para essa localidade demonstraram não ser condizente com a realidade.

É provável que esses argumentos de retorno econômico e geração de empregos comecem a ganhar força, como estratégia para contribuir na sustentação de dirigentes de clubes que estejam buscando movimentação de uma para outra cidade, e a ocorrência do fenômeno estudado se apresente como uma característica estratégica de clubes de pequeno e médio porte para tentar se beneficiar do aparato público. O que se vê, é que essas realocações têm despertado o interesse da mídia, além da tomada de decisões por parte das entidades de futebol preocupadas com os

impactos negativos à imagem do desporto, que acabam por envolver essas mudanças. O que precisa ser melhor verificado.

Possivelmente as novas exigências de desempenho econômico e receitas positivas impostas aos clubes de futebol profissional, que vão por vezes de encontro às raízes do esporte, estejam contribuindo para fortalecer o falacioso discurso de ganhos econômicos, geração de emprego, desenvolvimento e renda como forma de justificativa para mudanças e investimentos.

O Futebol tem sua história marcada pela afirmação de orgulho da pertença a uma localidade, quando arraigamento cultural esteve acima das dificuldades financeiras, mas com o passar do tempo e provavelmente pelas transformações econômicas a que foi submetido, o foco destes clubes e de grupos de interesse mudaram, e é um dos fatores que possivelmente vem contribuindo para o esvaziamento dos estádios com recordes negativos de público nos estádios.

Considerando a lógica imperativa no futebol desde seu início, quando as paixões dos indivíduos envolvidos no processo pareciam estar menos volúveis à primazia do domínio econômico, este esporte, acaba por chegar a um momento histórico em que parece ser paulatinamente apropriado pelos interesses do lucro; e provavelmente, para os clubes que vão tomando parte nessa nova realidade, no caso particular analisado neste estudo, a identidade com a torcida parece ter sido deixada em segundo plano.

Apesar de ocorrerem investimentos pontuais em infraestrutura que poderão vir a fazer parte de um legado deixado pela parceria entre município e clube caso ele venha a deixar a cidade, o que vem ocorrendo em alguns casos, e especificamente no caso estudado como a reforma de estádios, ampliação de instalações esportivas e melhoria de acessos podendo este legado perdurar por um algum tempo. Percebe-se, no entanto no que diz respeito à geração de vagas de trabalho, um emprego de mão de obra sazonal e esporádico, que na sua maioria não possui vínculos trabalhistas e ocorre apenas em virtude de um ou outro grande jogo de futebol, ou da participação em um campeonato, os investimentos financeiros realizados por municípios em equipes de futebol não podem ser justificados sob o argumento de ganhos econômicos e emprego para a municipalidade e sociedade local.

O poder público ao patrocinar equipes de futebol, que são entidades privadas, ou sustentarem o estabelecimento de um novo clube em um município,

possivelmente poderia fazê-lo sob argumentos que fossem de caráter social, promoção cultural, da saúde e lazer; mas o argumento econômico demonstra ser falacioso e provavelmente criado pela indústria do futebol mercantilizado, e ao que parece, a divulgação dessa ideia escamoteia na verdade a intenção de uns poucos atores que buscam obter ganhos econômicos para si.

O futebol em si enquanto fenômeno social de origem idiossincrática, e que resiste em algumas comunidades dessa forma, em conjunto com poder público, cujos cofres são abastecidos pelas contribuições dos cidadãos, acabam por chegar a um momento crucial, quando parecem se tornar reféns de grupos de interesse que fazem do futebol atual um grande comércio com pouco ou nenhum compromisso de oferecer retorno para a sociedade, a não ser a venda de seu produto.

Diante desta análise sugere-se a elaboração de trabalhos futuros, que analisem o mesmo município deste estudo ou outros municípios brasileiros, para que se possa verificar a ocorrência de alguma relação da presença de uma equipe de futebol e a possibilidade de crescimento econômico, além de abordagens de possíveis benefícios não econômicos advindos da prática do financiamento público de equipes de futebol.

Vale destacar ainda, que os resultados obtidos nesse estudo aplicam-se especificamente ao município do Sul de Minas cujas relações com um clube foi investigada, não se pretendendo uma extrapolação ou a validade dos achados para outras realidades, defendendo que para cada caso particular se desenvolva um estudo específico.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, F. Notas sobre o futebol como situação dramática. In: BOSI, A. (Org.). **Cultura brasileira: temas e situações**. São Paulo: Ática, 1999. cap. 10, p. 151-166.

AMERICA FUTEBOL CLUBE. **História**. Disponível em: <<http://www.americamineiro.com.br/clube/historia>>. Acesso em: 04 jun. 2013.

BAADE, R. A. Stadiums, professional sports, and economic development: assessing the reality. **Policy Study**: A Heartland Institute, n. 62, Apr. 1994.

BAADE, R. A; Tiehen, L. J. An analysis of major league baseball attendance, 1969-1987. **Journal of Sport & Social Issues**, v. 14, n. 1, p.14-32, Mar. 1990.

BLUMENSCHHEIN, F.; NEDAL, R. K. A importância do futebol na economia brasileira. **Cadernos FGV Projetos**, São Paulo, v. 5, n. 13, p. 38-43, jun. 2010.

CADERNOS FGV PROJETOS: futebol e desenvolvimento econômico-social. Rio de Janeiro: FGV, v. 5, n. 13, jun. 2010. Disponível em: <http://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/caderno_n13.pdf>. Acesso em: 18 fev. 2013.

CADERNOS FGV PROJETOS: futebol e desenvolvimento socioeconômico. Rio de Janeiro: FGV, v. 8, n. 22, jun./jul. 2013. Disponível em: <http://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/fgvprojetos_caderno_futebol.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2014.

CAMPOS, A. G. **O futebol no campo econômico**: construção jornalística da Copa do Mundo de 2002 como negócio. 2004. 132 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP: PUC-SP, 2004.

COATES, D.; HUMPREYS, B. R. **The growth effects of sport franchises, stadia and arenas**. Baltimore: Growth and Change, 1998. Disponível em:<<http://userpages.umbc.edu/~coates/work/v698.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2014.

_____. The stadium gambit and local economic development. **Regulation**, Baltimore, v. 23, n. 2, p. 15-20, Aug. 2000.

_____. The economic consequences of professional sports and lockouts. **Southern Economic Journal**, Baltimore, v. 67, n. 3, Jan. 2001.

_____. **Professional sports facilities, franchises and urban economic development**. Baltimore: UMBC, 2003. Disponível em: <http://www.umbc.edu/economics/wpapers/wp_03_103.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2014.

_____. Do economists reach a conclusion on subsidies for sports franchises, stadiums, and mega-events? **Econ Journal Watch**, v. 5, n. 3, p. 294-315, Sept. 2008.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL (CBF). Resolução da Presidência. **RDP nº 08/2011**. Baixa normas referentes à mudança de sede e do nome das associações de prática desportiva. Rio de Janeiro, 01 ago. 2011.

CROMPTON, J. L. Economic impact analysis of sports facilities and events: eleven sources of misapplication. **Journal of Sport Management**, v. 9, n. 1, p. 14-35, Jan. 1995.

DACOSTA, L.; MIRAGAYA, A. Estado da arte do conhecimento sobre legados de megaeventos esportivos no exterior e no Brasil. In: RODRIGUES, R. P. et al. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports mega-events**. Brasília, DF: CONFEF: Ministério dos Esportes, 2008. p. 33-46.

DAVIES, L. E. Sport in the city: measuring economic significance at the local level. **European Sport Management Quarterly**, v. 2, n. 2, p. 83-107, 2002.

DEJONGHE, T. **The popularity of football games in the world**: is there a relation with hegemonic power? Belgium: [s.n.]. 2000.

EKELUND, P. A rentabilidade das associações de times de futebol: os exemplos das Ligas de Futebol da Itália e da Inglaterra. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EAESP DE GESTÃO DE ESPORTES, 1., 1998. São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV, 1998.

EUCHNER, C. C. **Playing the field**: why sports teams move and cities fight to keep them. London: The John Hopkins University Press, 1993.

FARAH, J. Bomba! Sem apoio, Campinas vai dar vaga ao novo Sport Barueri. **História do Futebol-Final**: a enciclopédia do futebol na *internet*. 23 jan. 2010. Disponível em: <<http://cacellain.com.br/blog/?p=2593>>. Acesso em: 03 jun. 2013.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). Escola de Administração de Empresas de São Paulo. Núcleo de Pesquisas e Publicações. **Relatório de pesquisa 16/2000**. São Paulo, 2000, 121 p. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2906/Rel16-2000.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 18 mar. 2014.

GOMES, I. M. Deus no céu e o negro na terra: a visão de Gilberto Freyre sobre o futebol brasileiro. **CAOS**: revista de Eletrônica de Ciências Sociais, v. 1, n. 2, 2000. Disponível em: <<http://cev.org.br/biblioteca/deus-ceu-o-negro-terra-visao-gilberto-freyre-sobre-o-futebol-brasileiro>>. Acesso em: 10 mar. 2013.

GURGEL, A. **Futebol S/a**: a economia em campo. São Paulo: Saraiva, 2006.

HOBBSAWM, E. **Futebol de hoje sintetiza globalização**. Entrevista concedida à Folha de São Paulo. 30 set. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft3009200708.htm>>. Acesso em: 18 abr. 2013.

HORNE, J.; MANZENREITER, W. Public policy, sports investments and regional development Initiatives in Japan. In: NAURIGHT, J.; SCHIMMEL, K. S. (Ed.) **The political economy of sport**. England: Palgrave Macmillan, [2005]. cap. 8, p. 152-182.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico**. 2010. Disponível em: <www.censo2010.ibge.gov.br>. Acesso em: 30 nov. 2013.

LEONCINI, M. P.; SILVA, M. T. Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. **Gestão & Produção**, v. 12, n. 1, p. 11-23, jan./abr. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v12n1/a03v12n1>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

LERTWACHARA, K.; COCHRAN, J. J. An event study of the economic impact of professional sport franchises on local U.S. Economies. **Journal of Sports Economics**, v. 8, n. 3, p. 244-254, Jun. 2007.

MADRUGA, D. Megaeventos esportivos como gestão de custos oportunidade. In: RODRIGUES, R. P. et al. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports mega-events**. Brasília, DF: CONFEP: Ministério dos Esportes, 2008. p. 59-64.

MATTAR, F. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1996.

MATTOS, W. Como quem troca a camisa: depois do Ituiutaba, que se mudou para Varginha e virou Boa Esporte, Nacional e Ipatinga seguem o mesmo caminho e migram em 2013.

Tribuna de Minas. Juiz de Fora, 02 dez. 2012. Disponível em: <<http://www.tribunademinas.com.br/como-quem-troca-de-camisa-1.1196190>>. Acesso em: 15 jan. 2013.

MOURÃO, P. R. A importância do desenvolvimento regional na localização de equipes de futebol profissionais: o caso português 1970-1999. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, Portugal, n. 8, p. 31-45, [2004?].

NERY, N.; COUTINHO, F. Protestos fizeram governo mudar discurso sobre Copa. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 09 fev. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1409525-protestos-fizeram-governo-mudar-discurso-sobre-copa.shtml>> Acesso em: 10 fev. 2014.

NOZAKI, H. T. **Educação física e reordenamento no mundo do trabalho**: mediações da regulamentação da profissão. 2004. 399 f. Tese (Doutorado em Educação)- Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004.

OLIVEIRA, T. M. V. Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência. **Administração Online**, v. 2, n. 3, 2001.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Sport for development and peace**: the un system action. 2014. Disponível em: <<http://www.un.org/wcm/content/site/sport/home/sport/sportandmdgs>>. Acesso em: 30 mar. 2014.

PEREIRA, A. C. et al. Custo de oportunidade: conceitos e contabilização. **Cadernos de Estudos**, São Paulo, n. 2, p. 1-25, abr. 1990.

PERRUCCI, F. F. **Clube-empresa**: o modelo brasileiro para transformação dos clubes de futebol em sociedades empresariais. 2006. 287 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito Milton Campos, Nova Lima, MG, 2006.

PRESIDENTE PRUDENTE. **Lei 7.159/2010**. Dispõe sobre o uso e exploração publicitária do Estádio Municipal Eduardo José Farah, "Prudentão", cria Fundo Municipal que especifica, e dá outras providências. Poder Executivo, Presidente Prudente, SP, 26 fev. 2010. Disponível em: <<http://www.presidenteprudente.sp.gov.br/site/Documento.do?cod=15579>>. Acesso em: 18 Mar. 2013.

PREUSS, H.; GRATON, C. Maximizing olympic impacts by building up legacies. **The International Journal of the History of Sport**, v. 25, n. 14, p. 1922–1938, Dec. 2008.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicada às ciências sociais. In: COLAUTO, R. D. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 46-97.

RIO DE JANEIRO (Cidade). Secretaria Municipal de Fazenda. **Edital de concorrência n. 09/2007**. Edital consolidado Comissão Especial de Licitação CEL/PRÓPRIOS/SMF, Rio de Janeiro, RJ, jun. 2007.

RODRIGUES, R. P. et al. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports mega-events**. Brasília, DF: CONFEF: Ministério dos Esportes, 2008.

RODRIGUES, R. P.; PINTO, M. M. L. Subsídios para pensar os legados de megaeventos esportivos em seus tempos presente, passado e futuro. In: RODRIGUES, R. P. et al. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports mega-events**. Brasília, DF: CONFEF: Ministério dos Esportes, 2008. p. 21-26.

ROSENTRAU, M. S. et al. Sport and downtown development strategy if you build it, will jobs come? **Journal of Urban Affairs**, Indianápolis, v. 16, n. 3, p. 221-239, Oct. 1994.

SIEGRIEFED, J.; ZIMBALIST, A. The economics of sports facilities and their communities. **Journal of Economic Perspectives**, v. 14, n. 3. 2000.

SILVA, D. M. C. da et al. Tendências atuais do conhecimento sobre gestão e economia de megaeventos e legados esportivos segundo Holger Preuss da Universidade de Mainz, Alemanha: texto interpretativo de apresentação oral e debates. In: RODRIGUES, R. P. et al. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports mega-events**. Brasília, DF: CONFEF: Ministério dos Esportes, 2008. p. 91-102.

SILVA, E. M. et al. **Estatísticas para os cursos de economia, administração e ciências contábeis**. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, R. da S. (Coord.). **Levantamento da produção sobre o futebol nas ciências humanas e sociais de 1980 a 2007**. Belo Horizonte: Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional-UFMG, 2009.

TAYLOR, R. As dimensões sociais do relacionamento comercial entre os clubes de futebol e suas comunidades. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EAESP DE GESTÃO DE ESPORTES, 1., 1998. São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV, 1998.

TEMPORINI, E. R.; PIOVESAN, A. Pesquisa exploratória: procedimentos metodológicos para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 29, n. 4, ago. 1995.

THEÓPHILO, C. R.; MARTINS, G. A. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais Aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009.

VARGINHA. **Convênio nº 006/2011**. Convênio que entre si celebram o município de Varginha e o Ituiutaba Esporte Clube, Varginha, MG, 13 jan. 2011.

_____. Lei nº 5.669. Autoriza a concessão de ajuda financeira. **Órgão Oficial do Município**, Poder Executivo, Varginha, MG, v. 14, n. 834, 24 jan. 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/Varginha-49/Downloads/%C3%93rg%C3%A3o%20Oficial%20834%20(1).pdf>. Acesso em: 25 jan. 2013.

_____. **Prefeito e vice-prefeito participam da apresentação do elenco e uniforme 2014 do Boa Esporte**. 21 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.varginha.mg.gov.br/pagina-inicial/25-noticias/10888-prefeito-e-vice-prefeito-participam-da-apresentacao-do-elenco-e-uniforme-2014-do-boa-esporte>>. Acesso em: 21 Jan. 2014.

VENTIN, R, M; RODAMILANS, E. Q. A tragédia do estádio da Fonte Nova: relato de caso. **Prova Material**: revista científica do Departamento de Polícia Técnica vinculada à Secretaria da Segurança Pública do Estado da Bahia, v. 5, n. 10, p. 21-26, 2008.

VERONEZ, L. F. C. **Quando o Estado joga a favor do privado**: as políticas de esporte após a Constituição Federal de 1988. 2005. 386 p. Tese (Doutorado em Educação Física)-Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2005.

BIBLIOGRAFIA

BITENCOURT, F. G. Simmel e o futebol: da comunidade de afeto a equivalência abstrata do dinheiro. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 43, p. 573-588, 2009.

GUTERMAN, M. **O futebol explica o Brasil**. São Paulo: Contexto, 2009.

LIMA, M. Presidente Prudente já comemora chegada do “ex-Barueri.” **Página Zero**, São Paulo, 08 jan. 2010. Disponível em: <<http://www.paginazero.com.br/site/esportes/924-presidente-prudente-ja-comemora-chegada-do-ex-barueri.html>>. Acesso em: 10 jul. 2013.

MARANHÃO, T. Apolíneos e dionisíacos: o papel do futebol no pensamento de Gilberto Freyre a respeito do povo brasileiro. **Análise Social**, v. 41, n. 179, p. 435-450, 2006. Disponível em: http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?pid=S0003-25732006000200006&script=sci_arttext>. Acesso em: 14 ago. 2013.

NORMANDO, T. S. O futebol como prática desportiva: gênese e espraiamento mundial do jogo de bola. **Lecturas: educación física y deportes**, Buenos Aires. v. 10, n. 76, sept. 2004. Disponível em: <<http://efdeportes.com>>. Acesso em: 21 fev. 2013.

NOZAKI, H. T.; PENNA, A. M. O novo papel do esporte no contexto da ofensiva imperialista recolonizadora. **Outubro**, São Paulo, n. 16, p. 201-218, jul./dez. 2007.

PIRES, G. L. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. **Revista Da Educação Física/Uem**, Maringá, v. 9, n. 1, p. 25-34, 1998.

RIBEIRO, L. C. Política, futebol e as invenções do Brasil. **Revista de História Regional**, v. 17, n. 2, p. 347-377, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rhr/article/viewFile/4200/3242>>. Acesso em: 19 jul. 2013.

RINALDI, W. Futebol: manifestação cultural e ideologização. **Revista de Educação Física/UEM**, Maringá, v. 11, n. 1, p. 167-172, 2000. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/3804/2618>>. Acesso em: 23 nov. 2013.

SANTOS, T. S. Gestão dos clubes de futebol no Brasil: críticas e reflexões. **Revista Digital**, Buenos Aires, v. 16, n. 159, ago. 2011.

SILVA, C. A. F. da.; TERRA, B. R. C.; VOTRE, S. J. O modelo da Hélice tríplice e o papel da educação física, do esporte e do lazer no desenvolvimento local. **Revista Brasileira Ciências do Esporte**, Campinas, SP, v. 28, n. 1, p. 167-183, set. 2006.

APÊNDICE A - Trajetória das mudanças de sede de equipes de futebol do Brasil no século XXI

| NOME DO TIME | CIDADE DE ORIGEM | CIDADE DE DESTINO | NOVO NOME DO TIME |
|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------------------------|
| GRÊMIO BARUERI FUTEBOL CLUBE | BARUERI/SP | PRESIDENTE PRUDENTE/SP | GREMIO PRUDENTE FUTEBOL LTDA |
| CAMPINAS FUTEBOL CLUBE | CAMPINAS/SP | BARUERI/SP | SPORT CLUB BARUERI |
| GUARATINGUETÁ ESPORTE CLUBE | GUARATINGUETÁ/SP | AMERICANA/SP | AMERICANA FUTEBOL |
| ITUIUTABA ESPORTE CLUBE | ITUIUTABA/MG | VARGINHA/MG | BOA ESPORTE CLUBE |
| GREMIO PRUDENTE FUTEBOL LTDA. | PRESIDENTE PRUDENTE/SP | BARUERI/SP | GRÊMIO BARUERI FUTEBOL LTDA. |
| IPATINGA FUTEBOL CLUBE | IPATINGA/MG | BETIM/MG | BETIM ESPORTE CLUBE |
| FABRICIANO FUTEBOL CLUBE | CORONEL FABRICIANO/MG | NOVA SERRANA/MG | NACIONAL ESPORTE CLUBE |
| NACIONAL ESPORTE CLUBE | NOVA SERRANA/MG | PATOS DE MINAS/MG | NACIONAL ESPORTE CLUBE |
| AMERICANA FUTEBOL | AMERICANA/SP | GUARATINGUETÁ/SP | GUARATINGUETÁ FUTEBOL LTDA |
| NACIONAL ESPORTE CLUBE | PATOS DE MINAS/MG | MURIAÉ/MG | NACIONAL ATLÉTICO CLUBE |
| AUDAX – SP | SÃO PAULO/SP | OSASCO/SP | GRÊMIO OSASCO AUDAX |
| BETIM ESPORTE CLUBE | BETIM/MG | IPATINGA/MG | BETIM/MG* |

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nota: Até a finalização da construção deste quadro não havia sido autorizado pela CBF a mudança do nome do time do BETIM ESPORTE CLUBE para IPATINGA.

APÊNDICE B - Questionário aplicado população

1 - Fatores que podem influenciar nas respostas.

Sexo _____

Idade _____

Renda _____

Distancia que mora do estádio. Até 4 quadras ____ até 10 quadras ____ mais de 10 quadras _____

Esta empregado há quanto tempo? _____

Esta desempregado há quanto tempo? _____

Quanto tempo acessa a internet por dia?

Quantas horas de TV assiste por dia?

Quanto de programação regional assiste por dia?

Quantas horas de rádio escuta por dia?

2 - Assertiva 1 - ***A sociedade (...) percebe o futebol como manifestação da economia e cultura local***

2.1.1 – Os esportes são importantes para a vida em sociedade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.2 - O Futebol é importante para a sociedade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.3 - O futebol representa uma oportunidade de crescimento para a economia local.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.4 - O futebol é um bem cultural.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.5 - O futebol é uma atividade econômica/empresarial como qualquer outra.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.6 - O futebol agrega valor ao nome da cidade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.1.7 - A vinda do TIME DE FUTEBOL é benéfica para a cidade de (...).

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2 .2 - ***A comunidade local confirma como positivas as alegações dos governantes e dirigentes de que o futebol agrega valor a localidade além de proporcionar possibilidades de investimentos.***

2.2.1 Com a chegada do time de futebol:

Aumentou a prática esportiva na cidade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.2 Aumentaram os programas e projetos esportivos na cidade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.3 Aumentou a visibilidade de (...) na mídia em geral, internet, rádio, TV.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.4 Aumentou seu sentimento de identidade e orgulho com a cidade.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.5 Melhorou o serviço de transporte público

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.6 Melhorou o serviço de saúde

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.7 Melhorou a segurança pública

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.2.8 Aumentou o número de vagas de emprego.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.3 **A comunidade local corrobora com o incentivo financeiro ao time de futebol**

Para manutenção do time de futebol, a prefeitura precisa.

2.3.1 Ceder os equipamentos públicos municipais gratuitamente. (estádios)

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.3.2 Conceder outros incentivos financeiros.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.4 – **A comunidade local esta disposta a contribuir de outras formas para manutenção dessa parceria**

Para a manutenção do time em (...) você precisará.

2.4.1 Ir ao estádio.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.4.2 Comprar camisa do time.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.4.3 Assinar pacotes de tv com jogos do time.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

2.4.4 Se tornar sócio torcedor pagando uma mensalidade mensal.

Concordo plenamente _____ Concordo _____ Discordo plenamente _____ Discordo _____

APÊNDICE C - Questionário aplicado aos comerciantes

**QUESTIONÁRIO MENSURAÇÃO ECONÔMICA E SOCIAL EM FUNÇÃO DA
ATIVIDADE DO TIME DE FUTEBOL EM (...) Resposta ao que for pertinente.
ATIVIDADE ECONÔMICA: () HOTEL () POSTO DE GASOLINA () RESTAURANTE**

1 – Tempo de atividade econômica?

Até 3 anos _____ De 4 a 10 anos _____ Mais de 10 anos _____

2 – ***Você percebeu aumento*** SIGNIFICATIVO da atividade econômica no município de (...) após a instalação do time de futebol?

() SIM () NÃO

3 – ***Você percebeu aumento*** da atividade econômica em seu ramo de atividade após a instalação do time de futebol?

() SIM () NÃO

4 – Caso tenha percebido aumento você o **qualifica** como aumento significante na atividade econômica?

() SIM () NÃO.

5 – Você tem uma ***expectativa positiva*** em relação ao ***aumento futuro da atividade econômica*** no município (...) por causa do time de futebol?

() SIM () NÃO

6– ***Você pretende aumentar investimentos*** na sua atividade caso o time de futebol continue a disputar torneios de ponta e permanecer em (...)?

() SIM () NÃO

7 – Houve o aumento de oportunidades de emprego em seu empreendimento em virtude da presença do time de futebol em (...) ? Caso positivo quantas vagas foram geradas?

() Sim () Não N° de vagas _____ Qual tipo de emprego gerado?

8 – Você percebeu melhora na segurança da cidade de (...) por causa da atividade futebolística?

() SIM () NÃO

9 – Você classifica como positivo que se concedam os espaços públicos gratuitamente a uma equipe de futebol por parte do poder público?

() SIM () NÃO

10 – Você classifica como positivo o incentivo financeiro para a equipe de futebol, por parte do poder público tal como: despesas de hotel, transporte, alimentação, moradia e patrocínios?.

() SIM () NÃO

11 – Você classifica a presença do time em (...) como Benéfica para a atividade econômica?

() SIM () NÃO

12 – Você vai ao estádio de futebol para assistir partidas de futebol do time de futebol?

() SIM () NÃO.

13 - Como a presença do Time na cidade e os incentivos da prefeitura afetam seu negócio?

ANEXO A – Resolução da Presidência nº 08/2011



CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL

RESOLUÇÃO DA PRESIDÊNCIA**RDP Nº 08/2011**

Baixa normas referentes à mudança de sede e do nome das associações de prática desportiva.

O Presidente da **CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL**, no uso de suas atribuições legais e estatutárias,

CONSIDERANDO que se vem reiterando o uso de associações de prática desportiva (clubes) efetuarem, mais de uma vez, a mudança do local de sua sede social e da denominação;

CONSIDERANDO que essa prática acarreta prejuízo à credibilidade das agremiações e do esporte, desmotivando o público o que, por sua vez, afasta os potenciais patrocinadores;

CONSIDERANDO os graves inconvenientes trazidos à ordem esportiva como consequência dessas sucessivas alterações na imagem dos clubes;

RESOLVE:

1) - A CBF só acolherá pedidos de clubes que pretendam aprovação para transferência do Município da sua sede e da denominação social da

Rua Victor Civita, 66 - Bloco 1 - Edifício 5, 5º andar - Barra da Tijuca - Rio de Janeiro, Brasil - CEP 22775-044
 tel: 00 55 (21) 5572 1900 - fax: 00 55 (21) 5572 1990 - cbf@cbf.com.br





CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL

agremiação quando contiverem sólidas justificativas, que demonstrem os benefícios que comprovadamente poderão advir para as agremiações e para o esporte como resultado das mudanças pleiteadas;

2) - A apreciação do pedido só terá curso depois de paga a taxa de administração em valor estipulado pela CBF, conforme tabela publicada;

3) - A CBF reserva-se o direito de avaliar segundo seus critérios o mérito do pedido, procedendo às pesquisas que forem necessárias para formar o convencimento desta entidade acerca das razões apresentadas pelo clube interessado;

4) - Enquanto não concluída a análise do pedido pelo corpo técnico da CBF, o clube interessado fica impedido de transferir sua sede e usar o nome que pretende adotar;

5) - A CBF não acolherá quaisquer pedidos de transferência do Município da sede ou do nome da agremiação a partir do momento em que sejam divulgados tanto o Regulamento das Competições para o ano fluente como as tabelas das competições de que participe o clube interessado.

Rio de Janeiro, 1º de agosto de 2011


Ricardo Terra Teixeira
Presidente

Rua Victor Civita, 66 - Bloco 1 - Edifício 5, 5ª andar - Barra da Tijuca - Rio de Janeiro, Brasil - CEP 22275-044
tel: 00 55 (21) 3572 1900 - fax: 00 55 (21) 3572 1990 - cbf@cbf.com.br

