



Centro Universitário de Brasília
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD

JOÃO CARLOS SOUTO EBLING

O PREÇO DA ELITIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO

Brasília
2014

JOÃO CARLOS SOUTO EBLING

O PREÇO DA ELITIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Jornalismo Esportivo.

Orientador: Prof. MSc. Frederico Tomé

Brasília
2014

JOÃO CARLOS SOUTO EBLING

O PREÇO DA ELITIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO

Trabalho apresentado ao Centro
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)
como pré-requisito para a obtenção de
Certificado de Conclusão de Curso de
Pós-graduação *Lato Sensu...*

Orientador: Prof. MSc. Frederico Tomé

Brasília, 13 de agosto de 2014.

Banca Examinadora

Gilson Ciarallo
Prof. Dr. Nome completo

Fabício Garcia
Prof. Dr. Nome completo

RESUMO

O futebol brasileiro sofre hoje com um processo de elitização. Se no início do século passado a sua popularização foi responsável pelo crescimento do esporte, hoje a espetacularização promovida pelos responsáveis por organizar os grandes eventos traz mudanças ao futuro do jogo no país. Com a vinda da Copa do Mundo, este processo torna-se ainda mais evidente e abre uma discussão sobre os prós e contras em elitizarmos nosso esporte mais popular. O estudo propõe uma viagem à história do futebol no Brasil e promove uma reflexão acerca do caminho percorrido para chegarmos ao estágio atual, além de desenvolver prognóstico sobre o legado que os megaeventos irão nos deixar.

Palavras-chave: Elitização. Copa do Mundo. Modernização. Espetáculo. Legado. Megaeventos.

ABSTRACT

The Brazilian football has suffering a process of elitization. If at the beginning of the last century its popularity was responsible for the growth of the sport, today's spectacle is promoted by those in charge for the organization of major events and brings changes to the future of the game in the country. With the coming of the World Cup, this process becomes even more evident and opens a discussion on the pros and cons on the elitization of our most popular sport. This study proposes a trip in the history of football in Brazil and promotes reflection on the path that was taken to reach the current stage, and develop prognosis about the legacy that will be leave with this mega events.

Key words: Elitization. World Cup. Modernization. Spectacle. Legacy. Mega events.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1 O CAMINHO PARA ELITIZAÇÃO: UMA REFLEXÃO TEÓRICA	13
1.1 Expressão cultural x manipulação da elite	13
1.2 A diferença entre modernizar e elitizar	17
2 A POPULARIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO	21
2.1 Da elite ao povo	21
2.2 A construção da identidade nacional em campo	23
2.3 A política entra no jogo	24
2.4. O microfone, a caneta, e a chuteira: instrumentos indispensáveis ao esporte	28
3 GLOBALIZAÇÃO DO ESPORTE	32
3.1 O avanço europeu e o retrocesso brasileiro	32
3.2 Craques a venda: a falha estratégica dos clubes nacionais	34
3.3 Os eternos cartolas	40
3.4. Legislação esportiva e o “jeitinho brasileiro”	44
4 ELITIZAÇÃO À BRASILEIRA	52
4.1 A FIFA quer o Brasil	52
4.2 Influência da mídia	55
4.3 Privatizando os estádios	57
4.4. Geração Iphone: bom negócio ou tiro no pé	59
4.5 Experiência europeia	62
4.6. O legado dos megaeventos esportivos	65
CONCLUSÃO	69
REFERÊNCIAS	72

INTRODUÇÃO

Os interesses comerciais transformaram o futebol em espetáculo e a plateia deste show é hoje determinada por quem “manda nas regras do jogo” (no caso da Copa do Mundo, a FIFA).

Com a vinda dos megaeventos para o Brasil, o vocábulo “legado” entrou no cotidiano dos brasileiros. Com gastos extravagantes e pouco resultado prático visualizado, o brasileiro questionou o real valor da vinda destes eventos e começou a fazer contas, para decidir se o preço pago – em sentido literal e figurado – não era alto demais. No cálculo, itens objetivos como os bilhões de reais gastos em estádios, e uma análise profunda do impacto sociocultural a partir da elitização do futebol brasileiro.

Para estudar o comportamento da sociedade em relação à questão apresentada, uma reflexão teórica será proposta. Theodor Adorno, Max Horkheimer e Hebert Marcuse eram pensadores da famosíssima Escola de Frankfurt, e críticos do capitalismo que determinava como a sociedade se portava. Segundo eles, o desenvolvimento humano e tecnológico, afinado com o percurso capitalista, trazia opressão e pobreza intelectual. Durante a Segunda Grande Guerra, criaram o termo “Indústria Cultural” para definir o processo de “criação” artística adaptado ao consumo da massa, e que servia como manipulação de uma sociedade acomodada.

Em oposição, na Inglaterra, os pensadores dos Estudos Culturais, centrados nos nomes de Raymond Williams, E. P. Thompson e Richard Hoggart, defendiam a mediação entre os “donos da indústria” e os consumidores de seus produtos. Assim, o público não apenas consumia o que lhe era passado, mas ajudava na formação da cultura da sociedade. “...a cultura popular alcança legitimidade, transformando-se num lugar de atividade crítica e de intervenção.” (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2001, p.157).

E no caso do futebol atual, qual escola predomina? Em que estudo é possível fundamentar a elitização do futebol brasileiro? Segundo a teoria crítica, somos manipulados e aceitamos o que a grande mídia nos diz sobre o valor agregado da

construção de estádios, do conseqüente fortalecimento do futebol brasileiro e de nossos clubes. Por outro lado, os estudos culturais acreditam na mediação, o que seria plausível no cenário das manifestações, no questionamento aos gastos da Copa e mesmo dentro dos estádios, como no fatídico episódio das vaias ao presidente da FIFA Joseph Blatter e à presidente Dilma Rousseff, na abertura da Copa das Confederações.

Ainda que tomemos um pouco de cada escola em nossa análise, é possível traçar um caminho em comum: queremos mostrar a força do Brasil nesta era globalizada. Um evento como a Copa do Mundo é determinante para nos afirmarmos como potência mundial ou nos rebaixarmos ao posto de “país de terceiro mundo”, incapazes de promover a organização de eventos desse porte. “Se hoje o Brasil, a partir dos grandes eventos esportivos busca se afirmar internacionalmente como uma potência, mais uma vez o faz privilegiando um perfil muito específico de torcedor que é o desejado para apresentar o progresso do Brasil ao mundo.” (SENA, 2013)

Importante também é ressaltar a diferença conceitual entre elitização e modernização. A primeira refere-se à segregação social de maneira forçada, a partir da alta dos ingressos ou da exclusão do pobre dos pontos-chaves da cidade. Já a modernização refere-se a importante aspecto estrutural, indispensável para a sobrevivência do esporte, como os itens de segurança, conforto e lazer, que as novas arenas nos trazem.

Assim, é evidente que na posição atual, o investimento nos estádios parece plausível. O que é questionável (e muito) é a forma como se deu o processo, com evidentes desvios de verbas, submissão às regras impostas pela FIFA e, enfim, a elitização do futebol brasileiro, como aspecto negativo de nossa cultura.

Além do vício insanável no fator principal desta elitização – afinal foi a Copa que nos trouxe as arenas e os altos preços – ainda há a contradição provocada pelos números que insistem em provar que é possível sim ter uma saúde financeira extremamente positiva sem que expulsemos do estádio o público de baixa renda. Prova disso é o caso recente do São Paulo Futebol Clube, que, em crise, baixou o ingresso a “miseráveis” 10 reais no setor da arquibancada. O resultado foi um público

de 55 mil torcedores que, além do aspecto positivo refletido em campo (depois de 12 jogos o time venceu), ainda rendeu ao clube uma arrecadação maior do que nos jogos anteriores, em que o ingresso caro e a má fase afastavam os são-paulinos.

Ao invés de se adaptar, o Brasil tenta copiar o modelo europeu, mas se esquece da particularidade que nos fez dono de título de maior “conhecedor” quando o assunto é futebol. É por isso também que o que funciona na gelada Europa, nunca funcionou aqui. Os clubes-empresas predominantes no continente europeu são um sucesso, porque o sentimento dos torcedores é completamente diferente do que nutrimos em nosso país. A cultura é outra e os resultados da elitização também. “Os norte-americanos chamam seus clubes desportivos de franquias. Os brasileiros jamais tolerariam o uso desse termo.” (FOER, 2005, p. 106).

Ainda nessa linha, o especialista em finanças e gestão de Clubes, Fernando Ferreira, define o que tem sido esses jogos a preços abusivos no Campeonato Brasileiro de 2013: “É um jogo evento, não é o futebol brasileiro.”

Vitor Brine, jornalista esportivo da emissora ESPN foi ainda mais longe em seu programa “Tabelinha” e previu o que pode ser a consequência mais trágica do processo iniciado agora: “O futebol é para todos. Mas se virar só um negócio e não respeitar a alma, um dia, não hoje, pode ser daqui a 200 anos, o futebol vai acabar”.

O futebol tem como característica marcante a falta de “justiça”, em que não há uma ciência exata para que apontemos o resultado final de uma partida. Porém, no jogo travado fora de campo, esta regra não pode prevalecer ou seremos vítimas e principais responsáveis, pelas consequências de uma elitização mal planejada e executada.

Objetivo

Os interesses econômicos transformaram o futebol em uma grande indústria do entretenimento, e, no Brasil, já é possível notar essas consequências. Este trabalho visa analisar o contexto atual do futebol brasileiro e a elitização encabeçada pelas novas arenas, reformadas ou criadas para a Copa do Mundo de 2014. Para isso, um apanhado histórico de todo o processo do futebol será revisto, de maneira a

elucidar o caminho percorrido para atingir o *status* de esporte mais popular do país. Serão apresentados dados, estatísticas, comparativos e análises de conceituados nomes do Jornalismo Esportivo para expor as consequências positivas e negativas da elitização. Também se pretende conceituar os termos “elitização” e “modernização”, expondo suas diferenças e delineando até que ponto um consegue caminhar sem o outro. Além disso, trata-se de um trabalho em comunicação, o que faz indispensável a análise do esporte a partir de modelos comunicacionais, assim como a repercussão deste processo de segregação social nos campos sociais, políticos e culturais.

Metodologia

O objeto central desta monografia é entender o caminho que levou o futebol brasileiro ao cenário atual, de elitização. Para isso, a metodologia utilizada é composta de: reflexão teórica; contextualização histórica e análise do momento atual do futebol brasileiro. Toda essa jornada será feita a partir de revisão bibliográfica extensa, composta por especialistas em diversas áreas.

O trabalho se inicia na área fim do projeto: comunicação. Antes de compreender o processo histórico que nos levou à elitização do futebol, é de grande valia a reflexão teórica a partir de Teorias da Comunicação. O caminho proposto objetiva despertar o interesse no leitor, abordando pontos de vista opostos e que nos permitem análises críticas diferenciadas do mesmo texto, apenas a partir de ângulos diferentes.

Em seguida, um apanhado histórico é essencial para que se tenha conhecimento amplo dos detalhes que alçaram o futebol ao posto máximo na preferência esportiva brasileira, e que modificou não somente o campo esportivo, mas a história do nosso país. Nesta caminhada, o jornalismo esportivo se confunde com a sociologia e os campos se entrelaçam, promovendo interação entre diversos autores que debatem a influência do futebol na cultura do Brasil.

Situado este processo, a investigação dispõe de importantes dados que corroboram a tese de que o Brasil ficou para trás no âmbito econômico, e que este

atraso provocou um imenso prejuízo ao esporte no país. Para complementar os dados, comparação com os países europeus que passaram a dominar o planeta do esporte e atrair nossos jogadores, em busca de sucesso na carreira.

Ao longo de toda monografia é impossível de se desvencilhar um instante sequer da política. Presente no jogo, ela é ponto central no debate. Em todo o século XX e nestes quatorze anos de século XXI, o Governo se aproveita do esporte para alcançar seus objetivos e satisfazer o interesse dos seus chefes.

Por fim, um prognóstico sobre o legado da Copa do Mundo conclui os pontos positivos e negativos da elitização.

A subdivisão em quatro capítulos busca facilitar o entendimento do leitor a cada tema exposto, de modo a promover a compreensão necessária para prosseguir com o debate em diversos campos do saber.

Justificativa

Os megaeventos esportivos estão em grande evidência na mídia e tudo que os cercam vem sendo motivos de análises por diversos autores. Porém, ao questionar os meios e as consequências de uma elitização do futebol brasileiro, têm-se um documento único. Ainda que já se discuta o que pode acontecer com as novas arenas e o afastamento da classe mais pobre, não há quem proponha um prognóstico futuro. Este trabalho de monografia quer, a partir da fundamentação em diversos teóricos e jornalistas da área, trazer pontos de vistas diferentes e permitir uma discussão mais fundamentada no campo acadêmico e profissional.

Além disso, visa explicar fator subjetivo e de grande importância para o brasileiro: a questão cultural. Imagine afastar o garoto pobre da favela da pelada do fim de semana. Ou que o pai deste mesmo menino tente explicar ao filho a emoção de se estar na “geral do maracanã”, gritando que o “maraca é nosso”(será?) sem ter o prazer de levar o seu filho a um jogo do seu time de coração. As novas arenas promoveram uma segregação de público que impossibilitam as classes mais baixas de acompanharem, como antigamente, os jogos dos seus times. Afastaram o futebol do povo. Tiraram um pouco da paixão. A televisão, ainda que permita ângulos

diferenciados, não consegue reproduzir a emoção do “calor da partida”, do grito de gol na arquibancada. O povo transformou o futebol no principal esporte do país, e o fez parte dominante da cultura brasileira. Hoje, saquearam deste povo o que é seu por direito. E a que preço? Quais as consequências deste afastamento “forçado”? Perguntas que justificam a relevância do tema e o debate proposto a partir do trabalho realizado.

1. O CAMINHO PARA ELITIZAÇÃO: UMA REFLEXÃO TEÓRICA

1.1 Expressão cultural x manipulação da elite

O futebol tem um caso de amor à parte com as cores verde e amarela. Ainda que outros países creditem o esporte como o seu principal, é a seleção brasileira que detém a hegemonia¹ nas quatro linhas. Porém, esse namoro com o Brasil teve várias idas e vindas, que transformou o país não só dentro, mas fora de campo também. O início dessa história data de 1894, quando o brasileiro-inglês Charles Miller retornou às terras brasileiras, após passar um período estudando na Inglaterra. O esporte praticado pela elite inglesa havia-o encantado, o que fez com que sua bagagem de volta contivesse duas bolas de futebol, dois uniformes completos, uma bomba de ar e uma agulha (RUIZ, NETTO, apud MOSCA, 2006, p. 55). Mesmo apaixonado pelo esporte, Charles não poderia prever o sucesso que ele faria no país tupiniquim. E se hoje se estuda a “elitização do futebol brasileiro”, foi através da sua popularização no início do século XX que ele ganhou o carinho, o coração e uma nova identidade, jamais pensada ou executada pelos europeus. Durante as primeiras décadas do século passado, o futebol possuía um seletivo grupo de praticantes, já que os campos que hoje encontramos do condomínio luxuoso às terras indígenas eram raros. Assim, não existia a tradicional “pelada” de rua e a prática era restrita aos clubes esportivos de elite, com sócios da alta sociedade.

A inserção das camadas populares no jogo, porém, mudou o caminho do esporte no Brasil. A partir do fim da década de 20, com a gradual abertura para a prática do futebol pelos negros, houve um significativo processo de popularização e modernização do esporte, que abre precedente para uma reflexão teórica sobre a razão de o futebol ter se transformado em uma representação simbólica dos anseios do povo e expressão cultural de nosso país.

¹ Hegemonia:
Única pentacampeã da Copa do Mundo da
Fifa
Única tetracampeã da Copa das
Confederações

A revolução industrial do fim do século XIX intensificou o processo produtivo nos grandes centros. O esporte que antes tinha cunho apenas educativo e social ganhou força em outros setores, como na política, na economia e na comunicação.

Neste contexto, o mundo começava a viver novo momento em que, a comunicação em especial, passava a entender o poder que tinha sobre o povo. Não havia, até então, qualquer análise aprofundada na área. No início do século XX, estudiosos começaram a formular teorias e conceitos que mudariam a forma da sociedade enxergar o modelo comunicacional.

O *Mass Communication Research* (ou Pesquisa de Comunicação de Massa norte-americana) ofereceu uma série de teorias – tais como a Hipodérmica ou a dos Efeitos Limitados – que “abriram os olhos” para que o resto do mundo também dedicasse esforços para construir modelos que acreditavam refletir o que acontecia à sociedade.

Mas se foi nos Estados Unidos que conhecemos os pioneiros na formulação de Teorias de Comunicação, a Europa expandiu consideravelmente o leque de abordagens. Assim, viajemos até ela. O continente que nos trouxe o futebol, também versou sobre cultura, nosso tema de debate.

O país é a Alemanha, a cidade, Frankfurt. Lá, importantes pensadores se uniram para formar a chamada “Escola de Frankfurt” – não era um local físico –, que se propunha a entender e transmitir à sociedade as mudanças geradas pelo capitalismo no século XX. Tendo como expoentes Theodor Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse, a escola baseou-se especialmente em Marx, Freud e Nietzsche. Críticos fervorosos do capitalismo, eles propuseram a famosa Teoria Crítica, que carregava o conceito de Indústria Cultural como seu principal legado. Este conceito surge em substituição ao de cultura de massas, que até então defendia a ideia de que a cultura seria o resultado das aspirações da população. Para os alemães, porém, a cultura nada mais era do que a manipulação de uma indústria burguesa, que determinava o que a população devia consumir. Ou seja, o povo não era nada além de uma massa amórfica, que acreditava ser agente participante e formador da sociedade, mas, de fato, só refletia os interesses da elite, esta sim, dona do poder de comandar e manipular o restante da população.

[Hoje em dia] o aumento da produtividade econômica, que por um lado produz as condições para um mundo mais justo, confere pro outro lado ao aparelho técnico e aos grupos sociais que o controlam uma superioridade imensa sobre o resto da população. O indivíduo se vê completamente anulado em face dos poderes econômicos. Ao mesmo tempo, estes elevam o poder da sociedade sobre a natureza a um nível jamais imaginado. Desaparecendo diante do aparelho a que serve o indivíduo se vê, ao mesmo tempo, melhor do que nunca provido por ele. Numa situação injusta, a impotência e a dirigibilidade da massa aumentam com a quantidade de bens a ela destinados. A elevação do padrão de vida das classes inferiores, materialmente considerável e socialmente lastimável, reflete-se na difusão hipócrita do espírito. Sua verdadeira aspiração é a negação da reificação. Mas ele necessariamente se esvai quando se vê concretizado em um bem cultural e distribuído para fins de consumo. A enxurrada de informações precisas e diversões assépticas desperta e idiotiza as pessoas ao mesmo tempo (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2011, p. 134)

À primeira vista, esta pode ser uma opinião extremista, mas é necessário entender o contexto em que ela se encontra. O termo Indústria Cultural foi utilizado pela primeira vez na obra *Dialética do Esclarecimento*, de Adorno e Horkheimer. O ano era 1944, e a Segunda Guerra chegava ao seu fim causando enormes prejuízos à Alemanha. O fascismo e o nazismo trouxeram perdas significativas ao mundo. A revolução social fracassara, o mundo se via em um cenário de grande desilusão e os pensadores formulavam o conceito nos Estados Unidos, pois precisaram fugir da perseguição em seu país.

Esta conjuntura de fatos fez com que os críticos de Frankfurt se opusessem fortemente ao capitalismo vigente, e fizessem duras cobranças à passividade da população. Conclui-se a partir do exposto que, para estes comunicadores, o futebol brasileiro não seria uma manifestação popular, e sim uma fábrica de entretenimento, em que o público se diverte, ao passo que se aliena em favor dos interesses comerciais que o esporte proporciona. A alta *noticiabilidade* dos acontecimentos em campo, o culto exagerado aos seus personagens e a paixão que muitos brasileiros juram possuir não passaria de um produto, moldado de acordo com o que o capitalismo pede, a fim de favorecer os interesses da elite (ou do governo).

Em oposição a esta visão, temos os “Estudos Culturais Britânicos”, da Escola de Birmingham, surgida anos mais tardes. Como o nome sugere, o foco está na cultura da população em um sentido amplo. As estruturas sociais e o contexto histórico são, para eles, fundamentais na compreensão dos meios de comunicação. Apesar de não desconsiderar a influência da elite na formulação de uma “cultura de massa”, os estudiosos ingleses – destaque para Stuart Hall, Richard Hoggart, E. P.

Thompson e Raymond Williams – questionam a Teoria Crítica e a sua forma de enxergar o processo comunicacional.

Diferente do que afirmavam os alemães, defendem a tese de que limitar a construção da cultura a aspectos apenas econômicos e crer que toda uma população não passa de “fantoche” é uma hipótese equivocada. Para eles, o que existe é uma negociação entre todos os agentes que constroem a sociedade. Assim, se a mídia é capaz de influenciar o esporte, a recíproca também é verdadeira. O critério comunicativo passa a ter uma via de mão dupla, e não apenas uma transmissão de informação de acordo com os interesses do emissor.

Hall criou um modelo de codificação-decodificação, em que a mensagem transmitida pode ser interpretada de várias maneiras: (1) em posição dominante: neste caso, o receptor concorda com o que lhe foi passado pelo emissor; (2) em posição negociada: quando o receptor compreende o conteúdo, mas realiza uma mediação, de forma a incorporar o que lhe foi passado em um conhecimento prévio do assunto; (3) em posição de oposição: quando apesar de compreender a mensagem, ela é interpretada de maneira diferente da que o emissor gostaria. O ídolo do seu time sendo criticado por um jornalista, por exemplo.

Com esta visão, os britânicos concentraram seus esforços no estudo de subculturas, focando as atenções para as classes sociais mais baixas, a fim de compreender esta “negociação” entre produto e consumidor. Em suas análises, relatam a “mutabilidade” da cultura e como esta não pode ser entendida de maneira passiva. A singularidade de cada expressão popular deve ser compreendida para que, a partir daí, se possa traçar algum perfil cultural existente naquela sociedade. Como não há ciência exata, não é possível aplicá-la como indústria manipuladora, que detém o poder de escolha, reforçando a diferença de visão entre ingleses e alemães.

No momento em que os Estudos Culturais prestam atenção a formas de expressão culturais não tradicionais se descentra a legitimidade cultural. Em consequência, a cultura popular alcança legitimidade, transformando-se num lugar de atividade crítica e de intervenção... Logo, os Estudos Culturais construíram uma tendência importante da crítica cultural que questiona o estabelecimento de hierarquias entre formas e práticas culturais, estabelecidas a partir de oposições como cultura alta/baixa, superior/inferior, entre outras binariedades. (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2011, p. 157)

Assim, se os *frankfurtianos* carregam o legado da Indústria Cultural, os ingleses são responsáveis pelo conceito de Cultura Popular. No Brasil, o conflito existente entre as duas teorias citadas pode ser aplicado no ambiente do futebol. Ainda sem contar com o prestígio de todos na década de 30, caminhava para tornar-se o mais popular dos esportes, a maior manifestação cultural esportiva do país. Ou seria apenas criação da elite, interessada em “vender o espetáculo”?

Poderíamos nos questionar o quanto essas interpretações subestimam o papel da auto-organização popular em detrimento dos mecanismos de controle entabulados pelas classes dirigentes. Em outras palavras, poderíamos nos perguntar se a popularização do futebol foi de fato uma conquista ou uma mera concessão? (DIAS, 2008, p. 4)

1.2 A diferença entre modernizar e elitizar

Fosse o futebol o ópio do povo ou a expressão cultural genuinamente brasileira, a década de 70 trouxe uma certeza: era preciso modernizá-lo. O mundo entrou na chamada “era da informação”, a globalização mudou a economia mundial, e o esporte acompanhou o ritmo.

Leis se faziam necessárias. Em qualquer âmbito da sociedade, regulamentar a atuação dos profissionais é essencial. No Brasil, uma dificuldade ímpar em aprová-las atrasou o processo de modernização do futebol e resultou, junto a outros fatos, em uma queda vertiginosa na qualidade do esporte. O fato é demonstrado não só pelo potencial de nossos clubes em relação aos europeus, mas pelo jejum incômodo de 24 anos sem título mundial (de 1970 a 1994) que a seleção brasileira amargou.

Com legislação em dia, era de se esperar um maior profissionalismo no esporte. Porém, se os jogadores precisavam se dedicar exclusivamente à carreira, o mesmo não acontecia com os dirigentes. O amadorismo de quem comanda até hoje o esporte é herança do lento processo de modernização no país. A corrupção presente no meio esportivo e a péssima distribuição de verbas dos clubes resultaram em grandes endividamentos e na exportação maciça de nossos craques para a Europa.

Na condição de mais significativa e esfuziante manifestação brasileira, o futebol parece ter o poder de tornar superlativos todos os traços de velhacaria presentes na alma do país. Rouba-se na iniciativa privada? Rouba-se mais

ainda no futebol. Sonegam-se impostos? Sonegam-se mais ainda no mundo da bola. Algumas empresas estão quebradas? Os clubes estão ainda mais. Há deputados corruptos? Os deputados-cartolas são ainda mais corruptos. É impressionante a quantidade de escândalos envolvendo os times de futebol. Para cada escândalo empresarial que alguém recorde, sou capaz de lembrar outros dois envolvendo agremiações esportivas – e isso apesar de existirem centenas de empresas para cada clube instalado no Brasil Escolha o crime, pois já vimos de tudo. Todo o código penal foi desafiado pelo mundo do futebol. (...) Até a crônica esportiva faz jabá. Infelizmente, é preciso admitir que para cada Juca Kfourri, para cada Trajano, para cada Tostão, para cada Armando Nogueira existe um jornalista jabazeiro. (...) É óbvio que existem exceções. Mas a dura realidade é que ninguém, nunca, jamais, em tempo algum foi preso por um escândalo futebolístico. (...) Já vi empresário, magistrados e até políticos irem em cana, nem que por umas poucas horas, mas nunca ninguém ligado ao futebol. (CAETANO, 2006)

Com este êxodo, o brasileiro se vê órfão de ídolos. O Brasil na década de 90 vivia um dilema: o saudosismo da adoração ao craque *versus* a necessidade de profissionalização. A transformação do futebol em peça de entretenimento muda as regras do jogo. Se é necessário cobrar profissionalismo do jogador, é natural que sendo o jogo sua profissão, ele queira o melhor para sua carreira. Neste cenário, reivindicar amor à camisa torna-se um equívoco, afinal, qualquer profissional deseja ascensão profissional, e, naquele momento, sair do Brasil era o caminho óbvio para as grandes estrelas.

Apesar de essas constatações mostrarem como o futebol está definitivamente inserido no mercado capitalista, há um componente que foge a essa racionalidade capitalista: a paixão dos torcedores por seu clube de coração. Esta paixão, típica da irracionalidade humana está contrastando com o profissionalismo e com o alto grau de mercantilização da racionalidade capitalista para a qual está se transmutando o futebol. O torcedor, mesmo entendendo a necessidade de seu time do coração se profissionalizar, se modernizar, guarda na memória os tempos em que o futebol é apenas amor à camisa. (CASTELLARI, 2010, p.27)

E se o nosso país estava em crise, a Europa crescia exponencialmente. Seus clubes transformaram-se em empresas. Os acionistas passaram a enxergar potencial para explorar o esporte mais popular do mundo. O marketing entra no jogo e passa a dominá-lo. O brasão do escudo vira marca. O torcedor é agora, consumidor. E como grandes empresas, quem paga mais tem direito aos melhores produtos (no caso os jogadores). A consequência é o distanciamento entre as grandes potências e os demais clubes no continente europeu.

Na Espanha, por exemplo, há décadas que Barcelona e Real Madrid “reinam” sozinhos. E a explicação é óbvia: suas marcas valem mais, com isso atraem mais

investidores, recebem mais verbas publicitárias e têm mais dinheiro em caixa para conseguir os melhores jogadores, montar os melhores centros de treinamento, etc.

Os maiores clubes europeus, por exemplo, fazem – anualmente – de suas pré-temporadas, verdadeiras excursões aos países do Oriente em busca não apenas de novos torcedores, mas principalmente e acima de tudo em busca de um grande e rentável mercado consumidor de produtos relacionados às suas marcas. Busca-se não mais apenas torcedores, mas principalmente consumidores dos produtos relacionados às equipes de futebol. . (CASTELLARI, 2010, p.24)

A partir de então, os clubes passaram a ser vistos como negócio. E como tal, o resultado final esperado é o lucro. Mas para alcançar este objetivo, outro processo teve início: o de elitização.

O primeiro deles é a modernização de seus estádios, transformando o local da partida em uma verdadeira arena de entretenimento. Lojas, alimentação, e tudo o que puder ser explorado comercialmente antes, durante e depois dos jogos.

Neste novo cenário, todo espaço deve ser aproveitado. As placas de publicidade no campo, a exclusividade de determinada marca na venda de bebidas, e mesmo o nome do estádio – o chamado *naming rights* – tornaram-se ambientes de muita disputa entre patrocinadores.

Só que neste novo campo de jogo, quem perdeu espaço foi o torcedor de baixa renda. Reconhecidos mundialmente por seu apoio fervoroso, a classe social desfavorecida foi praticamente “banida” em alguns estádios europeus. Um espetáculo que movimentava quantias exorbitantes precisa de um público a altura do seu investimento. Não era mais possível conceber xingamentos, brigas ou superlotação. A elitização trouxe pontos positivos, como o aperfeiçoamento da segurança ou a comodidade, mas custou caro ao torcedor apaixonado e fiel, que ia ao estádio apoiar seu time sem violência, e sem muito dinheiro também. Este torcedor, personagem marcante nas grandes histórias do futebol, perdeu seu espaço. O alto preço dos ingressos segregou o público e determinou quem estava apto a ir ou não ao espetáculo que é uma partida de futebol.

As novas exigências transformaram a economia do esporte. Para financiar a reconstrução de seus estádios, os antigos proprietários, na maioria pequenos empresários que se fizeram por conta própria, importaram montanhas de capital novo. Grande parte dele veio de espertos investidores urbanos que percebiam que o futebol tinha um mercado cativo gigante e sólidas fontes de lucro inexploradas. As novas instalações incluíam luxuosas suítes executivas

alugadas a grandes empresas. Os clubes lançaram ações na bolsa de valores, aumentaram o preço dos ingressos e venderam os direitos de transmissão dos jogos da Liga ao serviço de TV por satélite de Rupert Murdoch. O plano funcionou perfeitamente. Um novo tipo de torcedor, mais abastado, começou a frequentar os jogos em estádios mais seguros e confortáveis. Pela primeira vez, viam-se muitas mulheres nas arquibancadas. (FOER, 2005, p. 88)

Mas qual a linha que separa a modernização, da elitização? Como possuir finanças equilibradas sem excluir a camada social mais baixa? É possível fazer algo sustentável, moderno e com espaço para os diversos públicos? Pode-se ganhar dinheiro sem transformar o futebol em um simples negócio? O que tirar da experiência inglesa, em que as camadas populares foram quase que “excluídas” do estádio? Ou em uma só pergunta: é possível modernizar o futebol, sem elitizá-lo?

2 A POPULARIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO

2.1 Da elite ao povo

1894 trouxe o futebol ao Brasil, mas também ficou marcado por outro fato: foi o ano em que o país teve o primeiro presidente civil de sua história – Prudente de Moraes. Em um cenário de profundas mudanças no ambiente político-social, o esporte exerceria papel fundamental na história do Brasil. Àquele tempo, o negro havia conquistado sua “liberdade” há pouquíssimos anos (a abolição da escravidão ocorreu em 1888), e o preconceito racial estava no auge. A transição de escravo a explorado manteve o negro em uma posição inferior ao branco, em que a elite brasileira não se permitia dividir o mesmo ambiente com ex-escravos, sendo esta miscigenação alvo de críticas, inclusive, de um dos presidentes do período.

O futebol era declaradamente racista. Em 1921, por exemplo, ninguém menos que o presidente da República, Epitácio Pessoa, recomendou que não se incluíssem mulatos na seleção brasileira que iria a Buenos Aires para o Campeonato Sul-Americano. Era preciso projetar outra imagem nossa no exterior, alegava o alto mandatário. Uma delegação de futebol não deixava de representar o país. E era absolutamente imperioso que o país fosse representado por sua “melhor sociedade”. (MÁXIMO, 1999, p. 183 e 184)

Por ironia, foi justamente o futebol um dos principais pilares de socialização e inserção do negro na sociedade. Existem muitas versões para o primeiro time que aceitara negros no Brasil, porém a que ganhou maior notoriedade é a referente ao Vasco da Gama, de 1923.

O time havia sido recém-promovido à primeira divisão do Campeonato Carioca e possuía negros no elenco, o que era condenável aos clubes de elite (Flamengo, Fluminense, América, Bangu e Botafogo). Porém, acreditando na superioridade dos brancos, não houve maiores problemas para que o Vasco pudesse entrar em campo, afinal, como poderiam os poderosos ser derrotados por negros?

Ninguém ligou para importância à ida do Vasco para a primeira divisão. Que é que podia fazer um clube da segunda divisão (...) O Vasco que botasse quantos mulatos, quantos pretos quisesse no time. Tudo continuaria como antes, os brancos levantando os campeonatos, os mulatos e os pretos nos seus lugares, nos clubes pequenos. (RODRIGUES FILHO, 2003, p. 121).

Só que o fim do campeonato reservou uma “surpresa” e o Vasco sagrou-se campeão. A partir daí, os grandes clubes questionaram uma série de posturas da então organizadora do campeonato – a Liga METRO – e resolveram criar uma nova entidade: a AMEA. Esta, por sua vez, prometia maior organização e menos amadorismo no Carioca do ano seguinte. Porém, depois das regras estabelecidas em acordo com os principais times – incluindo o Vasco da Gama – a Associação resolveu mudá-las, dificultando o acesso do negro e colocando condições como a necessidade de que os times só poderiam ser formados por trabalhadores que não exercessem funções subalternas.

Insatisfeito com as medidas, o Vasco regressou a Liga METRO – que organizou um campeonato paralelo ao da AMEA – e novamente foi campeão, com importante participação dos negros do seu time. A partir deste caso, outros times passaram a enxergar a importância de combater o racismo, sendo considerado o primeiro grande passo para a popularização do esporte.

Este momento histórico mudou o panorama do futebol nacional. A partir da integração e aceitação do negro, a atividade ganhou a adesão das camadas populares, se massificou e passou a dominar a editoria de esporte nos grandes jornais.

Afinal, ainda que a discriminação fosse evidente à época, naquele espaço de campo, dentro das quatro linhas, o que valia era o talento do jogador, e não mais a sua origem ou cor. E a capacidade técnica dos negros era inegável. Tanto que a habilidade natural para o esporte sugeriu um “racismo às avessas”, em que apresentavam grande perícia para atividades físicas, mas não possuíam características que o permitissem desenvolver atividades intelectuais.

A suposta superioridade revelada pelos negros para as atividades que dizem respeito ao uso do corpo indica, em última instância, a forma como os afrodescendentes deveriam integrar a sociedade brasileira, ocupando os lugares distantes das atividades superiores da razão, ou seja, os gramados e as rodas de samba ou capoeira. Seriam esses os lugares reservados à “raça negra”. Lá, seus desempenhos seriam louváveis porque serviriam à construção positiva da identidade brasileira e contribuiriam para a manutenção das hierarquias na paisagem social. (HELAL; LOVISOLO; SOARES, 2011, p. 92)

E o Brasil, mesmo vivendo um momento de segregação racial, possuía um campo, não só de jogo, mas de democratização de nossa cultura. Neste período, começávamos a construir a identidade brasileira no esporte.

Tal como versa a concepção essencialista sobre a identidade, a homogeneidade do selecionado negro, na qualidade de representantes da “raça”, demarcava as hierarquias sociais. Essas representações oriundas do sucesso nos gramados indicavam os espaços de que os negros deveriam se apropriar na recente sociedade pós-escravidão. As “zonas livres” serviram para integrar os negros à sociedade e dar-lhes visibilidade, ao mesmo tempo que mantinham as hierarquias numa sociedade constrangida pelos valores da igualdade conferida pela abolição da escravidão. (HELAL; LOVISOLO; SOARES, 2011, p. 87)

2.2 A construção da identidade nacional em campo

O estilo próprio de jogar criado pelos brasileiros foi duramente criticado no início do Século. A ginga, o drible e a “irresponsabilidade” em campo eram motivos de deboche dos especialistas em *foot-ball*. Como podiam estes sulamericanos se opor tão fortemente ao estilo de jogo europeu? Rígidos e muito obedientes, os times do Velho Continente sabiam exatamente a função de cada jogador e acreditavam que seguindo regras, a chance de sucesso seria maior. O esporte era coletivo e abusar da individualidade não era costume nos gelados campos europeus. “O modo de jogar futebol, seu excesso de dribles, piruetas ou qualquer movimentação exótica, significava ignorância e infantilidade”. (HELAL; LOVISOLO; SOARES, 2011, p. 36)

Já em nosso país, o drible, a jogada de efeito e o espetáculo, nada mais eram do que o retrato da massificação do esporte. Foste este só de elite, seguiria os padrões que, ainda que não presentes fisicamente em um manual, eram “obrigações morais” de um cidadão que sabe exatamente seu papel na sociedade (ou no campo).

Paralelamente, sabemos que o futebol brasileiro se distingue do europeu por sua improvisação e pela individualidade dos jogadores, que têm, caracteristicamente, um alto controle da bola. Deste modo, o futebol é, na sociedade brasileira, uma fonte de expressão individual.

Realmente, é pelo futebol praticado nas grandes cidades que o povo brasileiro pode se sentir pessoalizado. Do mesmo modo, é dentro de um time de futebol que um membro da massa anônima e desconhecida, o chamado “povão”, pode tornar-se uma estrela e ganhar o centro das atenções como

peessoa, como uma personalidade singular, insubstituível e capaz de despertar atenções. (DA MATTA, 1982, p. 56)

Era nítida a influência do esporte. Ainda que dividisse opiniões sobre seu futuro e sua importância, nenhum escritor conseguiria ignorá-lo. De um lado, a paixão crescente no povo, que enxergara seu poder de democratização. Do outro, críticos que acreditavam ser o futebol um mal a sociedade brasileira. A lista conta com importantes nomes, como Lima Barreto e Graciliano Ramos. Este acreditava que o esporte só demonstrava a superioridade inglesa sobre o Brasil, e que seria “fogo de palha”. Já aquele foi ainda mais longe. Não só escreveu contra, como tomou ações práticas, criando a “Liga contra o *Foot-ball*”, a fim de acabar com o esporte no país. Para Lima, a atividade era “primada de ignorância e imbecilidade”.

E não era só. Além das duras críticas dos autores citados, o esporte enfrentava a resistência de líderes esquerdistas, que acreditavam estar diante de uma forma de manipulação, de alienação, e que tinha o claro intuito de moldar a sociedade de acordo com os interesses.

2.3 A política entra no jogo

Se ainda não era uma unanimidade positiva, se transformara em pauta obrigatória. Os grandes jogos, a rivalidade entre cariocas e paulistas e a ideia ainda não certa de que seria peça importante na construção da história brasileira fez com que o mundo político abrisse os olhos para o incrível poder massificador do esporte. Afinal, se tantos acompanhavam aquele jogo, não era de se admirar que quem promovesse melhorias em seu campo, ganharia pontos (ou votos) com a população.

A primeira mudança significativa se deu na Era Vargas. Com lugar de destaque garantido, faltava a profissionalização do esporte. O modelo amador vigente, além de ultrapassado, oferecia barreiras ao seu crescimento, já que impedia que um atleta vivesse exclusivamente do jogo. Assim, em 1933, a aliança entre paulistas e cariocas organizou o primeiro campeonato Rio-São Paulo, em defesa do profissionalismo.

Podemos entender a crise do modelo amador como decorrente de três tipos de determinantes:

a) a transformação do futebol em espetáculo popular, concomitante com a progressiva inclusão de atletas pobres nos times, que cria uma brecha para o profissionalismo;

b) o ambiente ideológico favorável a uma renovação da sociedade, que demanda direitos civis e sociais, e vai tornando o elitismo uma prática anacrônica; e

c) a crise econômica e a transição política que marcaram o final dos vinte e o início dos trinta, dificultando a sustentação financeira e a manutenção do amadorismo. Considerando esse contexto, o modelo amador estava com os dias contados e a adoção do regime profissional era uma questão de tempo. (PRONI apud MOSCA, 2006, p. 61)

Era possível ver claramente o nacionalismo dos discursos de Vargas presente neste novo momento do esporte. Só que se a política influenciava o futebol, a recíproca também era verdadeira. Vargas logo percebeu que poderia se aproveitar do jogo para fortalecer seu Governo. Sua principal diretriz era se aproximar do proletariado, e este estava intimamente ligado ao futebol.

A recém-criada FBF defendia fortemente o profissionalismo do esporte, enquanto a CBD tentava mantê-lo em nível amador. Vargas não poderia ficar de fora dessa disputa, e como a CBD detinha o poder sobre a Seleção Brasileira, o presidente mudou seu comando. Em 1934 a CBD passou a aceitar times profissionais. As duas entidades tornam-se uma só em 1937, véspera da Copa do Mundo de 1938, que marcaria o primeiro sucesso internacional brasileiro no esporte.

Em 1934, em razão da disputa entre FBF e CBD, muitos atletas profissionais ficaram inviabilizados de serem convocados, o que fez com que o Brasil disputasse a Copa do Mundo daquele ano com uma seleção fraca, tendo sua pior participação em Copas na história até os dias atuais. Depois da aliança entre FBF e CBD, este problema não mais existiu.

Era preciso então, associar a marca do governo ao da Seleção que viajaria para a disputa da Copa do Mundo de 1938. Para isso, Getúlio escolheu ninguém menos que sua filha, Alzira, para compor a delegação. Liderados por Lêonidas da Silva, o Diamante Negro, a seleção conquistou um honroso terceiro lugar, em que fora derrotada apenas pela Itália, campeã do mundo. A volta ao Brasil trouxe na bagagem o respeito do mundo inteiro. O belo futebol apresentado, a identidade única, o seu estilo de jogar com dribles capazes de desmontar o mais sólido sistema

européu e a composição de negros e brancos em um mesmo time atraíram os olhares de vários outros países.

A III Copa do Mundo é um marco para o futebol brasileiro. Em 1938, o Brasil participava, finalmente, de uma Copa do Mundo com os seus melhores jogadores e com vinte dias para a preparação e concentração em Caxambu. É também deste momento a aproximação explícita entre Getúlio Vargas e o futebol, através da subvenção à delegação, pela indicação da filha do presidente Alzira como madrinha, ou mesmo com a recepção aos jogadores antes do embarque para a França no Palácio do Catete. (SANTOS, 2012, p. 26.)

A volta contou com desfile pelas ruas da Capital e, claro, encontro com o presidente para saudar os “campeões morais”. O Brasil em festa cantava o orgulho do já preferido de seus esportes, enquanto Getúlio celebrava a boa estratégia de seu jogo, ao contar com um aliado poderoso, que detinha a simpatia do público.

Durante os anos a frente do país, Vargas ainda construiu o estádio do Pacaembu, e começou o projeto do mais tradicional estádio de futebol do planeta: o Maracanã – concluído em 1950 para a primeira Copa do Mundo no Brasil.

Sua dedicação ao futebol tinha uma explicação lógica: aproximar-se do povo. O jogo tornou-se importante ferramenta de comunicação e os resultados em campo muitas vezes importavam mais do que questões essenciais ao país.

Durante a Copa de 1958, eu substituí vários ministros e nada nos jornais. Estou pensando em novas mudanças. Quando é a próxima Copa do Mundo? Juscelino Kubitschek, presidente da República, em conversa com o presidente da CBD, João Havelange, em 1959.

Façam de tudo. A vitória de vocês é mais importante que toda a safra de grãos. João Goulart, presidente da República, no embarque da Seleção Brasileira para a Copa do Mundo de 1962 (BETTING apud MOSCA, 2006, p. 66)

Não havia como dissociar futebol e política. Depois da Era Vargas e do fim da Segunda Guerra Mundial, o Brasil se preparava para sediar o maior torneio de futebol do Mundo, e a expectativa era a melhor possível. Em 1950, o casamento entre população e futebol estava no auge. O caminho traçado até a final era esplêndido e não havia qualquer possibilidade de fracassarmos, frente a uma seleção de respeito, porém inferior à nossa. O fim trágico dessa história, com a derrota por 2 a 1 para o Uruguai, no fatídico episódio do “Maracanazo”, pois em xeque toda a celebração antecipada, e tudo o que havia se conquistado pelo futebol.

A falha de um negro trouxe à tona novamente o racismo, por vezes escondido nas arquibancadas ou nas colunas sociais das grandes revistas.

Tal "golpe do destino" fez com que muitos brasileiros fossem tomados de uma tremenda desilusão quanto a planos e projetos detalhados. De que valia tudo isso, perguntavam amargamente, se no final eram derrotados e a boa sorte não lhes sorria? Mas as explicações não ficaram neste nível geral. Vários jornalistas, conforme revela o trabalho de Guedes (1977), trataram de detalhar melhor essas forças do destino, identificando-as nos *fatores raciais*. A derrota, portanto, foi explicitamente atribuída à nossa infeliz constituição racial e ao peso enorme que carregamos como uma sociedade formada por vários grupos inferiores como "índios" e "negros". Dois jogadores do selecionado brasileiro, ambos negros e membros da defensiva do time nacional, foram situados como exemplos deste destino triste e inferior. (DA MATTA, 1982, p. 57)

Apesar da crise, não houve separação, e o fim da década nos trouxe o título atrasado em oito anos. A conquista de 1958 era o que faltava para firmarmos o pé como a maior nação futebolística e afastar de vez o preconceito racial no campo. Éramos campeões do mundo de futebol, e nossos destaques – Pelé, Garrincha e Didi – eram negros.

Simultaneamente com esse processo, veio uma redefinição do valor da "raça", sobretudo da "raça negra", como fundamentalmente positiva. Creio que é desta posição que podemos entender o fenômeno Pelé e o seu coroamento como "Rei do Futebol". Pois se o negro, visto como inferior pelos racistas brasileiros, é o responsável pela derrota trágica de 1950, o supernegro Pelé, com sua "arte" e sua "malandragem", é o responsável pela vitória do Brasil nos campeonatos mundiais subseqüentes. (DA MATTA, 1982, p. 58)

Depois do título de 1962, o Brasil se viu em um momento político delicado, com a instauração da Ditadura Militar, em 1964. E cada vitória em campo representava um alívio para o Governo da época, afinal, os ditadores usavam o esporte como meio de maquiagem as suas ações inescrupulosas, enaltecendo o sucesso do futebol, graças às medidas adotadas pelo Governo. Em 1970, na volta da seleção ao Brasil, o presidente Emílio Garrastazu Médici anunciou: "eu identifico essa vitória obtida na fraternidade da boa prática desportiva com a ressurreição da fé em nosso desenvolvimento social (FOER, 2005, p. 111). Nove anos mais tarde, estas manobras políticas envolvendo o futebol foram representadas por um famoso dito popular: "Onde a Arena (partido político do Governo) vai mal, um time no Nacional; onde a Arena vai bem, põe mais um também". (MOSCA, 2006, p. 72)

Mas se a década de 60 e 70 foram as mais complicadas no ambiente sócio-político do país, ela também ficou marcada pelo sucesso em campo. A sequência de

títulos (58,62 e 70) foi fundamental para a construção (ou melhoria) da nossa identidade no esporte. Criamos o conceito de futebol romântico. Inspirados em artistas da bola, como Pelé e Garrincha, o Brasil possuía uma forma de jogar particular, e as vitórias em campo seduziram os europeus, que passaram a nos enxergar como o maior reduto de craques do planeta e a se interessar por nossos jogadores. O futebol brasileiro era poético e escrito por linhas tortas, tais como as pernas de um dos maiores astros que o mundo da bola conheceu.

2.4 O microfone, a caneta e a chuteira: instrumentos indispensáveis ao esporte

Para enaltecer os feitos em campo, tínhamos duas armas poderosas: as redações dos grandes jornais e as vibrantes transmissões radiofônicas. Potencializar a paixão, idealizar o futebol-arte, criar os grandes heróis e os vilões das partidas inesquecíveis era missão dos profissionais de comunicação. Houve, assim, um processo de alavancagem de três novas indústrias, que se auxiliaram mutuamente: a do rádio, a da imprensa escrita e a do futebol. (FRANZINI apud MOSCA, 2006, p. 61).

Desde a década de 30, os meios de comunicação tiveram importante papel na transmissão de emoção e na construção do futebol brasileiro. Para transmitir conteúdo sobre o mais popular dos esportes, o maior e mais popular canal de comunicação do país: o rádio. Por necessitar do complemento do imaginário do ouvinte, as narrações dos locutores despertavam a criatividade e criavam mundos fantásticos na cabeça do torcedor fanático.

No dia 19 de Julho de 1932, Nicolau Tuma realizou a primeira transmissão ao vivo de um jogo de futebol diretamente do campo (MADRIGAL, 2009, p. 21). No mesmo ano, Getúlio Vargas assinou o Decreto-Lei que permitia publicidade nos veículos de comunicação. A inserção de comerciais ou *spots* nos intervalos dos programas popularizou o meio e o tornou mais acessível ao público. Agora, o dinheiro vinha dos patrocinadores, e estes pagariam maiores quantias a quem possuísse maior público. E o futebol se encaixava perfeitamente bem neste novo conceito.

Um alimentava o outro. Assim como o futebol trazia audiência, a transmissão fortalecia o esporte. O entrosamento é tamanho que nem mesmo a chegada da televisão na década de 50 enfraqueceu a dupla. Ironicamente, o rádio transmitia algo que a TV não era capaz, afinal uma narração televisiva limita-se à imagem. No rádio, o locutor tem um espaço de criatividade maior, o que não significa mentira ou infidelidade ao que acontece em campo.

A REALIDADE DO FUTEBOL é, em si, apaixonante, mas estou convencido, hoje, de que a realidade invisível que o torcedor procura criar nos domínios da imaginação, essa realidade desconhecida e fantástica, tem contribuído de maneira decisiva para o prestígio fascinante desse admirável esporte (NOGUEIRA, 2008, p. 128)

A carreira de locutor esportivo passava quase que obrigatoriamente por um estágio em uma emissora radiofônica. A esmagadora maioria dos nomes de destaque no esporte começaram no meio e conquistaram reconhecimento por sua forma ímpar de narração, com bordões que até hoje são usados no futebol. A lista extensa conta com Osmar Santos, Ary Barroso e Washington Rodrigues, além de tantos outros que corroboram a importância do meio no desenvolvimento do esporte.

Mas não eram somente as vozes dos grandes locutores que despertavam a imaginação e faziam crescer o interesse pelo futebol. A editoria de esportes crescia a passos largos – teve seu *boom* na década de 50 – e os cronistas conquistavam o respeito e a admiração dos leitores. O gênero jornalístico era ideal para o futebol, pois fugia da busca pela notícia objetiva, que fazia apenas um relato do que muitos já ouviram no rádio ou viram na televisão. A crônica não. Ela tem a peculiaridade de não seguir o modelo padrão do jornalismo. E para os amantes do esporte, é contagiante. Transmitir a emoção do jogo, dramatizar as reações em campo e na arquibancada, buscar construções textuais impensáveis para relatar o resultado que todos já sabem, além de construir heróis nacionais eram os diferenciais deste gênero. A crônica é uma arte em que o jogo se desenha através das palavras do seu autor e que uma mesma partida pode possuir histórias completamente diferentes.

Na medida em que interpretam a realidade e constroem um texto histórico que é aceito pela comunidade dos leitores, os jornalistas se colocam como autoridades culturais que se atualizam através do tempo e do espaço. [...] Esse modelo de intelectual-jornalista [...] parece encaixar-se perfeitamente à figura do cronista – pelo menos, a do cronista com espírito crítico e margem de independência em seu espaço autoral. Em boa medida imunes às regras castradoras da prática jornalística, os cronistas têm maior liberdade e autonomia para exercer a autoridade cultural e jornalística na divulgação de

visões alternativas do mundo. Ao fazê-lo, tem possibilidade e o objetivo de persuadir o público a aceitar seus pontos de vista. Nem por isso, devem ter como meta agradar a sua audiência. Ao contrário, devem admitir a missão de suscitar perplexidades. (VANNUCCI apud DINIZ, 2010, p. 4)

Assim, as páginas dos principais jornais dedicavam espaço exclusivo aos grandes cronistas e filas e mais filas eram formadas por leitores ávidos a ler o que Mário Filho, Nelson Rodrigues, João Saldanha ou Armando Nogueira tinham a falar. A cada dia, o futebol acumulava mais fãs e os contos dessas personalidades contribuíram para esta espetacularização do esporte.

Um exemplo claro dessa capacidade artística dos jornalistas é representado por Nelson Rodrigues, ao relatar a atuação de Garrincha após o bicampeonato de 1962. Apesar do conhecimento geral da população sobre seus feitos, nenhuma outra notícia poderia traduzir melhor o sentimento de orgulho que o povo possuía àquele momento.

Para o adversário, pior e mais humilhante do que a derrota, é a batalha desigual de um só contra onze. A derrota deixa de ser sóbria, severa, dura como um claustro. Garrincha ateava gargalhadas por todo o estádio. [...] É de arrepiar a cena. De um lado, uns quatro ou cinco europeus, de pele rósea como nádega de anjo; do outro lado, feito e torto, o Mané. Por fim, o marcador do brasileiro, como única reação, põe as mãos nos quadris como uma briosa lavadeira. Num simples lance isolado, está todo o Garrincha, está todo o brasileiro, está todo o Brasil. [...] O homem do Brasil entra na história com um elemento inédito, revolucionário e criador: a molecagem [...] Mas a última jogada de Mané, no adeus aos Andes, foi uma piada, tão linda e tão plástica. No mais patético das batalhas, o escrete soube brincar. Esse toque de molecagem brasileira é que deu à vitória uma inconcebível luz. (RODRIGUES, 2013, p. 42)

Cada linha escrita, cada história criada, reforçava o sentimento nacionalista e a chamada era romântica do futebol brasileiro. Os jogadores tornavam-se semideuses, e a população se unia para lotar estádios. O rico e o pobre falavam a mesma língua e almejavam, pelo menos durante 90 minutos, o mesmo objetivo: a vitória do seu time ou seleção. Por um momento, o campo refletia a sociedade, ou como bem definido por Nelson Rodrigues, ali poderíamos ver a nossa “pátria em chuteiras”.

O futebol já não era apenas mais um esporte. Tinha um status próprio. Nas empresas esportivas, havia uma mesma equipe para tratar de vôlei, basquete, tênis e outros esportes. Já para o futebol, o time era exclusivo. Eram duas classificações: o jornalista esportivo e o jornalista futebolístico. O potencial para explorá-lo parecia

infinito e não só os veículos de comunicação perceberam isso. O jogo tornou-se espetáculo, e o espetáculo, um negócio. A indústria do entretenimento batia a porta do Brasil, e como bom anfitrião, estendemos o tapete vermelho para que ela entrasse.

3 GLOBALIZAÇÃO DO ESPORTE: CONSEQUÊNCIAS PARA O BRASIL

“O torcedor está dividido. Sonha com o romantismo do futebol e o amadorismo de outras épocas, mas sabe que, se não houver verdadeiro profissionalismo, o futebol não se organizará e não irá para a frente.” (TOSTÃO, 2012, p. 43)

3.1 O avanço europeu e o retrocesso brasileiro

Se o futebol é considerado “uma caixinha de surpresas”, em que nem sempre o resultado é “justo”, a era globalizada iniciada na década de 70 também é carregada de injustiça. Com a soberania dos países desenvolvidos, a discrepância entre os clubes mundiais aumenta consideravelmente. O avanço em marketing e em publicidade tornou os ricos ainda mais ricos, enquanto os países subdesenvolvidos, como o Brasil, não conseguiam acompanhar o ritmo alucinante do crescimento do esporte no mercado.

Combinado a isso, o período de recessão enfrentado após a Ditadura Militar e o fracasso do “Milagre Econômico” afundaram o país em crise, com uma dívida externa extremamente alta e que influenciava em todo o comércio, incluindo o futebol. Em 1981, por exemplo, o Brasil apresentou variação negativa do seu PIB.

A década de oitenta é marcada no Brasil por uma profunda crise financeira, a chamada recessão econômica. A situação é basicamente a seguinte: a inflação sobe rapidamente, sendo inclusive apelidada de galopante; o desemprego acompanha a inflação e não para de subir; o que abaixa é o poder de compra dos trabalhadores brasileiros e o valor da moeda nacional. A crise atinge a todos os setores, indistintamente: população trabalhadora, empresas capitalistas e o Estado; o futebol é arrastado para o olho do furacão da crise. (CASTELLARI, p.100)

E se a Copa de 70 ficou marcada pelo título do Brasil, ao melhor estilo futebol-arte, foi também a primeira a possuir transmissão ao vivo pela televisão, o que revolucionaria os contratos com grandes patrocinadores. Era o tempo do futebol no mundo dos negócios. Suas marcas poderiam aparecer em tantos locais, que seria impossível não associar a imagem daquele espetáculo aos nomes das placas de publicidade.

Ao fim dela, João Saldanha, ex-técnico da Seleção, levou uma lista para o Ministro da Educação com 18 itens que ele julgava ser fundamental para a modernização do futebol brasileiro. A lista foi ignorada por prejudicar os detentores do poder. O Brasil queria entrar no mundo moderno da era globalizada, mas era conservador demais para mexer em suas estruturas feudais. João Saldanha, há quatro décadas, acertou em cheio quando propôs mudanças, das quais se destacam:

1. Determinar um período de pré-temporada, para os atletas se prepararem para a temporada, que teria um máximo de 52 partidas por ano [...]
2. Criação de uma primeira divisão com os melhores 16 clubes do país. [...] Feito isso, a segunda divisão também se tornaria competitiva e lucrativa [...]
3. Obrigatoriedade da presença de um clínico-geral nas comissões técnicas e de exames gerais periódicos [...]
4. Organização de uma comissão anti-dopping [...]
5. Controle de idade dos jogadores desde as categorias mais jovens, evitando fraudes na documentação. [...]
6. Moralização dos departamentos amadores dos clubes. [...]
7. Adequar a legislação específica à legislação trabalhista, assegurando os direitos normais de todo trabalhador aos jogadores, o que significa: férias de 30 dias, garantias ao término dos contratos, mudança na tributação do imposto de renda, seguro contra acidentes, restrição à aplicação de multas. Percebe-se que ainda hoje muitas dessas cláusulas, embora previstas em lei, continuam sendo desrespeitadas. [...]
8. Abertura de campos de futebol nas grandes cidades para estimular o surgimento de novos talentos. [...]
9. Eliminação do “bicho”, que é o prêmio por vitória em cada partida, substituído pela premiação de acordo com a classificação no final do campeonato. Apontava aqui, de maneira pioneira, a remuneração por metas individuais de longo prazo associadas às metas de instituição, utilizada atualmente por empresas privadas e também pelas ligas esportivas americanas. [...]
10. Proibição de interferência de patrocinador comercial na seleção e nos clubes, ficando o financiamento por conta do governo. Isso incluía a participação da seleção na Copa do Mundo. Embora já vislumbrasse interesses comerciais interferindo nas decisões exclusivamente do âmbito esportivo, ele não imaginaria a que nível chegou essa influência. (SANTOS, 2002, p.50)

Só que no mundo capitalista, é preciso retorno financeiro. A camisa amarela que simbolizava a paixão nacional era também um espaço comercial. E o preço deste “*outdoor*” varia de acordo com as vitórias em campo. Quanto mais conquistas, maior o preço. O fracasso significava menores lucros aos cofres dos patrocinadores, e a derradeira derrota na Copa de 1982, no melhor estilo brasileiro de se jogar, significou o empobrecimento de nossa cultura.

A busca incessante por vitórias, intensificada no capitalismo vigente, transformou a identidade nacional em campo. A “Era Dunga”, iniciada em 1990,

marcava a troca para o futebol-força, em que preocupávamos primeiro em defender, para depois contra-atacar.

Profundas mudanças marcaram o futebol brasileiro a partir de fins dos anos 80 e início dos anos 90. O Brasil, apontando como “o país do futebol”, abandonou de vez o futebol-arte, que nos garantira a conquista de três Copas do Mundo, e se entregou ao futebol-força, no melhor estilo europeu. A ginga, a malandragem, o drible e a criatividade do jogador brasileiro, que tanto encantaram o mundo e alegraram os amantes do futebol desde os primórdios da inserção desse esporte em nosso país, passaram a ser criticados e combatidos por jogadores, treinadores, dirigentes e pela imprensa esportiva. (CORREA JUNIOR, 2008, p.50)

Ainda que tivéssemos reinventado o futebol brasileiro e continuássemos com a hegemonia mundial no âmbito das seleções, nossos times se enfraqueceram consideravelmente. O Santos de Pelé, ou o Flamengo de Zico não eram mais capazes de sustentar craques desse porte. As televisões passaram a dar destaque ao futebol internacional, e o torcedor brasileiro ganhou novo status: consumidor. E como consumidor, o futebol internacional – leia-se europeu – era um espetáculo muito mais bonito. A era globalizada permitiu aos grandes clubes mundiais a formação de verdadeiras seleções, unindo os principais talentos dos cinco continentes. O mercado europeu era atrativo e indispensável a qualquer jogador de elite. Manter-se no Brasil significava um passo atrás na carreira de qualquer um. E ninguém, nem mesmo nós brasileiros, queríamos nossos craques limitados a um campeonato de segundo escalão.

Além disso, a crise enfrentada pelos clubes locais passava de problemática a caótica, e a solução encontrada a época contemplava uma medida de curto prazo e que “espantava” por ora os problemas financeiros. Era preciso vender. E qual era nosso melhor produto senão os craques que formávamos? O Brasil transformou-se em um “pé-de-obra” extremamente interessante. E se continuamos sendo os protagonistas no campo de jogo, agora, mudamos de endereço.

3.2 Craques a venda: a falha estratégica dos clubes nacionais

Na era romântica do futebol brasileiro, os meninos pobres sonhavam vestir as camisas dos seus times de coração, o defendê-lo por muito tempo e conquistar a idolatria de sua torcida apaixonada. O auge da carreira era usar a dez de um grande

clube brasileiro. A consagração em terras estrangeiras só viria através do amarelo da seleção.

Hoje, o menino que sequer conhece outros estados brasileiros não tem outro sonho no esporte a não ser conquistar os gramados europeus. Jogar no Barcelona ou no Real Madrid é muito mais interessante do que vestir a camisa do time que aprendeu a amar.

Apesar dessa mudança de pensamento ter-se iniciado no fim da década de 70, Nelson Rodrigues – sempre a frente do seu tempo – parecia prever o novo “mercado” que os clubes nacionais abririam, trocando o valor impagável de seus craques por grandes quantias de dólares e euros.

Eis o ponto nevrálgico da questão: - clube não é boteco para vender tudo. Ele possui coisas que não venderia nem por todo o ouro da Terra. [...] o campeão não é apenas um jogador de futebol. É um herói: nenhum clube, nenhum povo tem o direito de vender seus heróis. Nem o herói tem o direito de vender a si mesmo. Amigos, no dia em que deixarmos de prezar os valores gratuitos, vamos cair todos de quatro, todos. (RODRIGUES, 2013, p. 21 e 22)

Infelizmente, não escutamos o que Rodrigues disse em 1958, na ocasião do nosso primeiro título mundial. E mudamos. Passamos a valorizar mais o dinheiro do que os nossos heróis, estes cada vez mais raros e menos valorizados em nossos campos.

Esta nova concepção pode ser vista por dois ângulos: o primeiro é externo, em que os grandes clubes europeus se aproveitaram do crescimento do esporte e do capitalismo globalizado para despertar o interesse de todos, afinal, em qualquer profissão, os melhores profissionais buscam as melhores empresas.

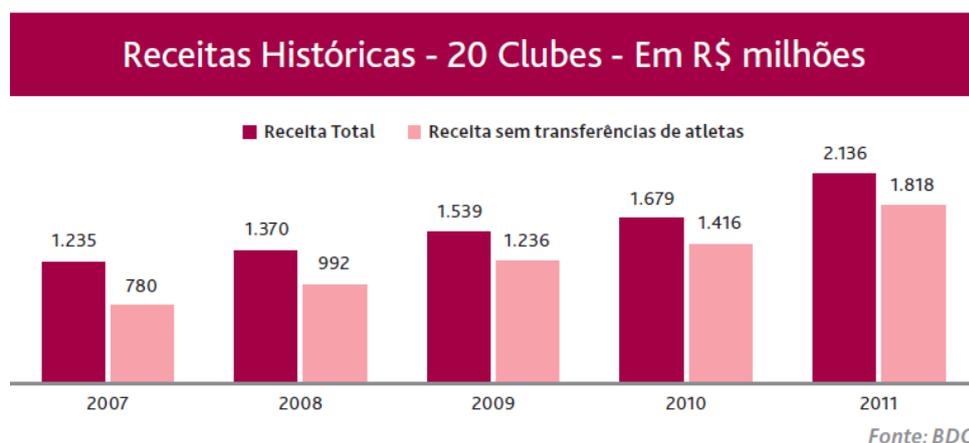
O outro ângulo e tema deste capítulo é interno, e direcionado aos clubes brasileiros. O êxodo dos jogadores se transformou em um círculo vicioso e que até hoje não resolvemos. Vendemos porque precisamos de dinheiro, mas à medida que nos desfazemos de nossos principais astros, diminuímos o interesse dos torcedores. E quem mais importante do que eles para gerar receitas ao clube? Além disso, desconstruímos a nossa identidade e modificamos a paixão do torcedor, que quase não enxerga mais um ídolo em seu time. A concepção de herói está praticamente desfeita nos clubes brasileiros. Das duas uma: ou não usamos mais o termo, ou o fazemos indistintamente, desvalorizando os grandes jogadores que fizeram jus à

alcunha. O êxodo do jogador brasileiro é uma perda significativa não só para o campo de jogo, mas para o campo cultural de nosso país. “Essa verdadeira hemorragia de craques, somente entre 1990 e 2000, implicou na saída de 2935 atletas, segundo dados no próprio site da CBF”. (CORREA JUNIOR, 2008, p. 52)

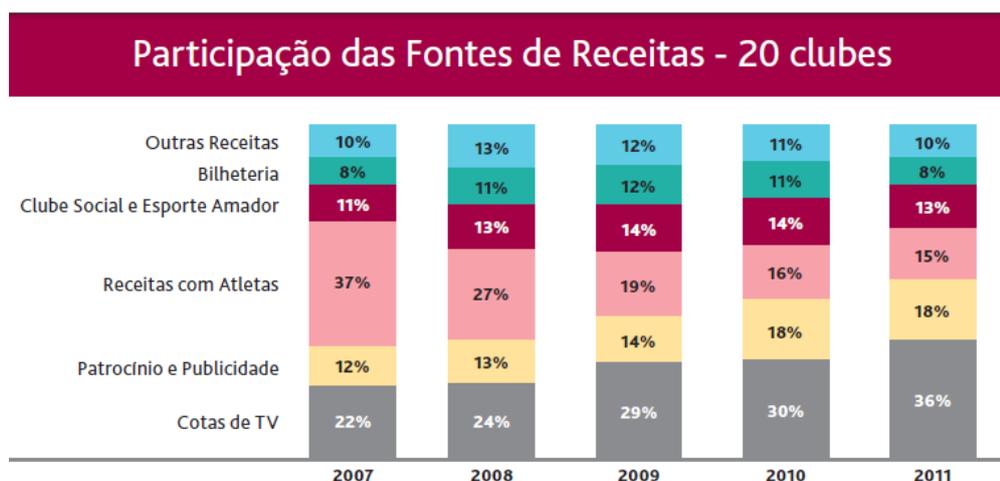
A década começou com uma recessão econômica no país, o que levou os clubes a uma situação financeira precária. Isso foi acompanhado de um aumento da exportação de jogadores, que eram vendidos para cobrir o rombo no caixa. A venda dos craques diminuía a qualidade dos times, diminuindo o interesse pelos jogos, diminuindo o público e a renda, que naquela época ainda representava a maior parte dos rendimentos dos clubes, alimentando a crise, num círculo vicioso que até hoje não foi efetivamente equacionado. (SANTOS, 2002, p. 70)

As receitas de um clube estão todas atreladas ao seu torcedor, que é o consumidor final do produto que o time oferece. A bilheteria, o patrocínio estampado na camisa, a verba da TV, ou a venda de seus produtos oficiais. Todos os agentes intermediários, como os veículos de comunicação e as empresas parceiras, só existem por uma razão de ser: o torcedor. Assim, a lógica aplicada no Brasil é falha e ainda hoje não conseguimos reverter o problema criado no fim da década de 70. Afinal, se somos “o país do futebol”, possuindo os melhores jogadores da história e a única seleção pentacampeã mundial, por que nossos clubes continuam muito aquém dos europeus? Por que não conseguimos manter nossos craques ou sequer fechar o ano sem estar no vermelho? Com tantos torcedores amantes do esporte, o que nos falta para o fortalecemos a ponto de aproveitar o potencial que todos sabem que temos?

A falha estrutural da distribuição do que é arrecadado e a má-gestão dos nossos dirigentes são as principais razões para o êxodo do jogador brasileiro. Esta afirmativa é sustentada não por opinião técnica, mas por estatísticas ao longo dos últimos anos, em que este processo está sendo refeito, a fim de aproveitar as oportunidades que o futebol brasileiro oferece. Além de os números, é possível ver a mudança na prática, com a repatriação de grandes jogadores e o interesse de estrangeiros em atuar aqui. Ainda assim, não conseguimos competir com mercados secundários do futebol mundial, como a China ou os Emirados Árabes. A BDO é conceituada empresa em consultoria e auditoria no Brasil, e realiza ano a ano, o levantamento do patrimônio dos clubes nacionais.

Gráfico 1 – Receitas Históricas – 20 clubes

Fonte: BDO (2012)

Gráfico 2 – Participação das Fontes de Receitas – 20 clubes

Fonte: BDO (2012)

Para entender a dimensão do problema, os números das receitas e despesas brasileiras explicam o reflexo desse erro. Em 2011, o Corinthians liderava a lista das maiores receitas do futebol brasileiro, chegando ao número de 230.783 milhões de reais (BDO, 2012, p. 9). Apesar de parecer expressivo, o líder brasileiro não chega nem perto do que poderia conquistar. Neste mesmo ano, a lista de ranking de torcidas, em pesquisa realizada pela FIFA, constatou que 24 milhões de brasileiros tinham o Corinthians como seu time de coração. Isso sugere que cada corintiano, gasta, em média R\$ 9,61 – este cálculo considera todas as receitas do clube, com

exceção da venda de jogadores, somando as receitas diretas e indiretas, quais sejam: Cotas de TV, Patrocínio e Publicidade, Clube Social e Esporte Amador, Bilheteria e Outras Receitas.

A Gazeta Mercantil realizou em 1999 um estudo para entender a exploração brasileira no esporte e o comparou com o modelo seguido na Europa. A base tomada foi a Inglaterra, em que se poderia encontrar o torcedor/consumidor “ideal”. Adequando a quantia gasta no país britânico, de acordo com a Renda Per Capita Brasileira na época, teríamos um potencial de R\$ 57 gastos anualmente por cada torcedor. Ou seja, os R\$ 230 milhões de reais arrecadados pelo Corinthians no ano de 2011, sem mesmo contar o crescimento econômico brasileiro de 1999 pra cá, sugerem que o clube consegue aproveitar apenas 16,81% do potencial que possui (que seria de R\$ 1,368 bilhão em 2011)

De acordo com o Jornal Gazeta Mercantil (quinta-feira, 14 de Outubro de 1999), o valor potencial dos clubes de futebol no Brasil poderia ser estimado como se segue:

- Valor do time depende principalmente do número de torcedores;
- Para estimar quanto, em média, cada torcedor gasta anualmente com futebol no Brasil, a média de gasto do torcedor inglês foi adotada como padrão ideal. Tal média foi então ajustada proporcionalmente aos valores do PIB per Capita de cada país (Inglaterra R\$ 36.260/Brasil R\$ 5.781 = 15,9%), o que resultou numa média ajustada de gastos anuais com futebol no Brasil de R\$ 57 ou US\$ 20 por torcedor (1 dólar = R\$ 3,00 atualmente); e
- Logo, o valor comercial estimado de cada time é calculado multiplicando-se o número de seus torcedores por US\$ 20. (LEONCINI,; SILVA, 2005, p. 2)

O Corinthians, notadamente conhecido pela paixão de sua Fiel torcida, e líder do ranking brasileiro, não consegue explorar toda sua capacidade de geração de receitas (não só ele, como todos os outros clubes brasileiros), arrecadando muito menos do que poderia caso possuísse a administração de times do exterior. E se a captação não alcança os níveis possíveis, as despesas impressionam pela falta de transparência e pelos enormes gastos decorrentes da má-administração.

Comparado ao valor mundial citado acima, o futebol brasileiro representa menos de 1% dos duzentos e cinquenta (250) bilhões de dólares movimentados anualmente. Além dos problemas estruturais da nossa economia e das diferenças de renda per capita entre o Brasil e os principais países que investem no futebol como atividade econômica (por exemplo, Espanha, Alemanha, Itália e Inglaterra), a administração dos dirigentes tradicionais de clubes e federações de futebol tem sido apontada como a causa mor que faz com que o futebol brasileiro não consiga aproveitar

plenamente seu potencial econômico, principalmente nos chamados agentes diretos – clubes e federações. (LEONCINI; SILVA, 2005, p. 2)

Em 2010, a receita total do Corinthians, incluindo a negociação de jogadores foi de R\$ 212,6 milhões, com sensível crescimento em 2011, quando atingiu a marca de R\$ 290,5 milhões. Estes números poderiam sugerir um avanço na gestão e um cenário subsequente em que o crescimento vertiginoso apresentado alçaria o futebol brasileiro ao topo da lista dos campeonatos mundiais. Porém, fazer tal afirmação é ignorar outro erro recorrente na sociedade brasileira e rerepresentada no âmbito do futebol: gastamos mais do que ganhamos.

E por isso, a dívida do Corinthians subiu 46% apenas de 2010 para 2011, passando de R\$ 122 milhões para R\$ 178,5 milhões (BDO, 2012, p. 41).

Os investimentos em marketing e a melhor distribuição das receitas permitiram um avanço extraordinário em relação ao valor das marcas dos clubes brasileiros. De 2004 para 2012, o Corinthians obteve um crescimento de 252%, passando de R\$ 286 milhões para mais de R\$ 1 bilhão. (BDO, 2012, p. 78). Porém, como dito acima e constatada na pesquisa realizada pelo Diário Lance, em 2010, o Brasil explora muito pouco o potencial que o futebol nacional oferece.

Segundo a pesquisa, 93% dos homens e 76% das mulheres com mais de 16 anos são “consumidores” do esporte na mídia. Além disso, 64% dos entrevistados declararam torcer por algum time, o que significa mais de 100 milhões de pessoas ligadas diretamente ao futebol. E se a pesquisa corrobora a afirmativa de que somos sim, o país do futebol, ela também demonstra que ainda não entendemos quase nada de “business”:

Os diferentes dados de pesquisas realizadas com os brasileiros demonstram que uma parte muito representativa dos torcedores tem no futebol uma de suas mais importantes atividades de entretenimento [...] Por outro lado, o mercado do futebol ainda sofre com sérios problemas estruturais que afetam diretamente os negócios gerados pelos clubes [...] As principais conclusões estão relacionadas a um mercado potencial gigantesco, mas ainda pouco maximizado pelos clubes e seus patrocinadores, sobretudo na relação com seus milhões de torcedores, comercialização de seus jogos, ações de marketing e vendas de produtos. Um dado extremamente preocupante na pesquisa foi a constatação que somente 1% dos torcedores brasileiros acima de 16 anos foi aos estádios nos últimos 2 anos, em comparação com os 93% de homens que acompanham futebol pela mídia e 75% entre as mulheres. A pesquisa mostrou a participação em projetos de sócio torcedor 1%, frente aos 89% que não tem interesse em participar de algum programa. Outra

informação relevante é o baixo consumo de produtos oficiais dos clubes e das marcas patrocinadores das equipes. (BDO, 2011, p. 6)

O Brasil entrou no mundo dos negócios da mesma maneira que saiu da ditadura: “de modo lento, seguro e gradual”. E tal qual o Regime Militar, a mudança mais difícil está no comando. Se Médici, Geisel e os demais “presidentes” da época são o retrato do retrocesso da democracia, João Havelange, Ricardo Teixeira e Eurico Miranda são as heranças negativas na gestão dos clubes. O câncer que ainda não conseguimos curar.

3.3 Os eternos “cartolas”

Em 1989, a eleição de Ricardo Teixeira para presidente da CBF foi o derradeiro passo para a introdução do “coronelismo” no futebol brasileiro. À época, a FIFA era comandada pelo brasileiro João Havelange e seu excelente relacionamento com Ricardo Teixeira – era sogro do mandatário da CBF –, transformou o Brasil e seu principal esporte em um campo de debate sobre corrupção. Os dois, aliás, são os melhores exemplos do cunho negativo que a palavra cartola adquiriu.

Na FIFA, Havelange fez de tudo. Seus 24 anos no poder globalizaram o futebol. Enquanto o discurso pregava a “união de todos os povos em prol de um esporte”, a prática escondia denúncias de enriquecimento ilícito do mandatário brasileiro e de quem o cercava. A partir de sua administração, a maior entidade do futebol mundial passou a aparecer não somente na seção de esportes dos grandes jornais, mas também na política, e nos casos de corrupção que raramente condenam os culpados.

A democratização do esporte, aumentando o número de participantes em Copas e o número de países integrantes da FIFA, escondia as denúncias de compra de votos para mantê-lo no poder. Havelange transformou a FIFA e carregou consigo o nome do Brasil. À medida que conquistava o apoio dos altos dirigentes, interessados unicamente no fortalecimento de suas entidades, ganhava a repulsa da população, que passara a enxergar a entidade com um olhar negativo (herança que Joseph Blatter fez questão de manter).

Em Londres, o Sunday Times acusou Havelange de empreender “uma campanha de um só homem para jogar o mundo do futebol no poço do descrédito e da má reputação [...] A fúria popular não encontrou eco na Fifa, pois a entidade era o Planeta Havelange. Um mundo que Havelange tinha criado à sua imagem e semelhança, e que possuía uma escala de valores diferente. (JENNINGS, 2011, p. 63)

E se o mundo criticava a gestão de Havelange, Ricardo Teixeira buscava seguir seus passos em terras brasileiras. A CBF era responsável por organizar os principais campeonatos e Teixeira tinha o poder sobre a divisão de dinheiro de todo o futebol. Os grandes patrocínios realizados possuíam uma série de “inconsistências”. Além dos escândalos de corrupção, teve seu nome atribuído às campanhas políticas de dirigentes esportivos. A eleição destes ficou conhecida como a “Bancada da Bola”, para supostamente defender no Congresso os “interesses” do esporte.

Os investigadores do Congresso Nacional depois usariam Ricardo Teixeira como símbolo do “antigo regime” do futebol brasileiro. Um advogado pouco conhecido, sem envolvimento anterior com o futebol ou a administração desportiva, ele atingira a mais alta posição do esporte brasileiro por uma razão bastante previsível: seu sogro era João Havelange, o então todo-poderoso presidente da Fifa. Reportagens da Rede Globo revelaram quão rápido Teixeira adquirira um padrão de vida invejável, incluindo um apartamento em Miami. Enquanto cresciam as dívidas da CBF, o salário de Ricardo Teixeira cresceu mais de 300%, de acordo com a investigação do Congresso Nacional. (FOER, 2005, p.114)

Tendo em Havelange e Teixeira os exemplos de comando no futebol, os principais clubes passaram a ser dirigidos por amadores, que enfrentavam quase nenhuma resistência nas ações praticadas. O modelo de negócios adotado pelo futebol brasileiro compreende desde ações corruptas – como a apropriação imprópria de verbas em transferência de jogadores –; até o uso indevido do patrimônio do clube – em que o presidente pensa exclusivamente em fortalecer o time em campo, a fim de conquistar títulos e ser lembrado pela torcida, sem se preocupar com o legado que deixará ao próximo gestor. E apesar de uma consciência crítica maior dos torcedores, ainda não é possível falar em futebol brasileiro sem pensar em nomes como o de Eurico Miranda e Ricardo Teixeira.

Os norte-americanos chamam seus clubes desportivos de “franquias”. Os brasileiros jamais tolerariam o uso desse termo. Tem muitas associações com organizações comerciais, como cadeias de lanchonetes e lavanderias. Em vez disso, os brasileiros chamam seus times de “clubes”, pois a maioria deles realmente o é. Eles têm piscinas, restaurantes, quadras de tênis, jardins cobertos por palmeiras e sócios que pagam mensalidades – lugares para a classe média passar uma tarde de sábado. Embora paguem seus jogadores, os clubes mantiveram sua condição de entidades amadoras, sem fins

lucrativos. Isso significa que suas contas não estão sujeitas à fiscalização pública, e que seus executivos não mantêm uma contabilidade legal. Em suma, suas diretorias constituem o refúgio perfeito para pessoas mal-intencionadas. Estas se tornaram tal forma integradas ao futebol brasileiro que todos as chamam pelo apelido: cartolas. Como parte da estrutura amadora do esporte, os cartolas geralmente não recebem salários. Supostamente trabalham por seu cavalheiresco amor ao clube. Na prática, contudo, eles muitas vezes “retiram” do patrimônio do time a recompensa por seus esforços voluntários. (FOER, 2005, p.106)

A malandragem de Mané Garrincha, o improviso, a ginga brasileira parecem inspirar os cartolas a desviar-se da conduta ética esperada e driblarem com enorme talento – ou cara de pau – os enfiamentos da mídia interessada. Em seu principal truque, a ilusão de criar um time competitivo e a conquista do apoio da torcida, que mesmo sabendo de possíveis desonestidades, mantém-se de olhos fechados, desde que consigam promover o espetáculo em campo, e que este torcedor possa comemorar o campeonato do seu time. Uma espécie de “Pão e Circo” dos tempos modernos.

Neste contexto, muitos investidores estrangeiros tentaram repetir o sucesso alcançado no exterior, prometendo estabilizar as finanças e explorar o potencial das marcas dos grandes times. Porém, a fórmula que prospera na Europa não é possível de ser aplicada aqui. Em nossa cultura, prezamos pelo resultado em curto prazo. O planejamento é feito anualmente e se não houver conquistas, o ano seguinte é repleto de mudanças, desde questões administrativas até a troca de todo o elenco.

Os casos de sucesso de parcerias clube-empresa no Brasil são limitadíssimos, e mesmo assim, possuem sérias restrições. O primeiro ocorreu na década de 90, com Parmalat e Palmeiras. A multinacional passou a comandar a equipe alvi-verde, sendo a responsável direta pela formação do time campeão brasileiro – 1994 e 1995 – e da Libertadores – 1999. Porém, apenas dois anos após o rompimento, o clube entrou em colapso. O legado deixado foi praticamente zero, afinal, a empresa detinha os direitos econômicos dos principais jogadores e com sua saída o Palmeiras se enfraqueceu consideravelmente. Apenas dois anos após a saída de sua parceira, caiu pela primeira vez para a Segunda Divisão do Campeonato Brasileiro.

O outro caso possível de citar é a parceria atual entre Unimed e Fluminense. O time conquistou em três anos, dois títulos brasileiros, e apesar do fracasso em

2013, é considerado um dos elencos mais fortes do futebol nacional. Porém, além da extrema dependência financeira, o clube ainda é dependente politicamente da empresa associada. O presidente da Unimed é talvez mais conhecido do que o presidente do clube, pois é ele o responsável por muitas decisões que não deveriam caber ao patrocinador (exemplo foi a escolha do técnico Renato Gaúcho, no início de 2014. Apesar de não contar com a simpatia dos dirigentes do clube, é amigo pessoal de Celso Barros, presidente da Unimed, o que motivou sua contratação).

Ao mesmo tempo, as soluções à europeia, como a transformação dos clubes em empresas, coisa que se faz por lá há algum tempo, passam a ganhar corpo. Porém, para que isso seja empreendido será necessária uma profunda transformação na estrutura do futebol nacional, o que – como visto – nunca esteve na pauta de Clubes, Federações da Confederação, muito pelo contrário, pois se isso acontecer o centro do poder mudará de mãos. (CASTELLARI, 2010, p. 100)

Assim, as empresas que investiram no futebol brasileiro esbarraram no “jeitinho brasileiro” e o objetivo inicial de transformar o esporte no país acabou em desacordos que afastaram a possibilidade de existir um clube-empresa por aqui – ainda que estejam presentes, como no caso da Unimed, seguem um modelo completamente diferente do aplicado na Europa. E os cartolas brasileiros ganharam sobrevida, conquistando a admiração dos torcedores por seu “esforço único” em montar equipes competitivas.

Apesar da ambição e dos recursos, os investidores estrangeiros nada fizeram para mudar essa situação. Menos de três anos depois de chegarem, eles saíram derrotados do país. No Corinthians, a torcida realizou manifestações de protesto contra a Hicks, Muse por não ter cumprido a promessa de comprar grandes jogadores e construir um estádio moderno. No Flamengo, a ISL foi à falência. O capital externo não havia transformado o futebol brasileiro numa NBA do esporte global nem o livrara da corrupção. Na verdade, segundo muitos indicadores objetivos, o esporte está agora em pior estado do que quando os investidores estrangeiros chegaram. Assim, esta é mais do que uma trágica história de decadência do esporte. É um exemplo de como as facetas negativas da globalização podem solapar as boas. É um relato de como a corrupção supera a liberalização e vira Thomas Friedman de cabeça para baixo. (FOER, 2005, p.110)

Conheci muitos torcedores do Vasco da Gama, pessoas sensíveis que desprezam a corrupção, mas adoram Eurico Miranda. “Ele pode ser um canalha, mas é o meu canalha.”, é o clássico refrão. (FOER, 2005, p.122)

3.4 Legislação esportiva e o “jeitinho brasileiro”

A primeira lei desportiva brasileira data de 1941, na época de Getúlio Vargas. É ela a responsável pela criação do Conselho Nacional de Desporto (CND) e também a primeira manifestação do governo para regular as normas referentes à prática esportiva no país.

Porém, foram necessários 34 anos para que a segunda lei sobre esportes entrasse em vigor. Em 1975, é criada a Lei 6.251, “fortalecendo o CND e criando as normas para o financiamento esportivo (fundos).” (CASTELLARI, 2010, p. 86).

Nota-se que as duas leis foram concebidas em épocas de Regime Militar, em que o Estado buscava meios de aumentar sua participação e seu controle em um ponto tão importante para a sociedade como o esporte. A década de 80, porém, nos trouxe de volta à democracia. E como é impossível desmembrar o futebol da história brasileira, o mais popular do esporte acompanhou o ritmo de mudanças no cenário político e buscou aperfeiçoar suas normas, a fim de promover melhorias no campo de jogo.

Como o assunto é futebol, concentremo-nos neste tópico na análise das duas leis que mudaram a partida. Com nomes de craques, elas carregavam conceitos interessantes, mas foram sendo moldadas de acordo com os interesses comerciais e políticos dos “donos” do jogo – leiam-se dirigentes e grande mídia –, não conseguindo atingir a plenitude de suas propostas.

Em 1993, Zico estava à frente da Secretaria de Esportes do Governo de Fernando Collor e com a influência por seu brilhante passado no esporte, o “Galinho”, como é chamado, enviou ao Congresso uma proposta para a maior profissionalização do futebol, com o objetivo de estabelecer normas para a criação de clubes-empresas e regulamentar os chamados “jogos de azar”. Zico baseou-se no modelo aplicado na Europa para propor a Lei que iria modernizar o futebol brasileiro. Segundo PRONI (apud CASTELLARI, 2010, p. 87):

destinava-se em especial, a i) regulamentar a presença das empresas e as formas de comercialização no futebol profissional, ii) rever a partição nos recursos da Loteria Esportiva, iii) extinguir a “lei do passe” e estabelecer uma nova norma para o contrato de trabalho do atleta profissional, iv) redefinir os mecanismos de supervisão e assegurar a autonomia estatutária dos clubes,

assim como v) buscar mecanismos mais democráticos e transparentes de representação e administração das federações e da CBF.

Só que a ideia inicial era revolucionária demais para quem ainda não conseguira sequer a profissionalização dos seus dirigentes, e tinha um ponto determinante que impedia sua completa aprovação no Congresso: permitia mudar o poder de mãos, e isso, nenhum “cartola” aceitara. Assim, a Lei só foi aprovada após sensível mudança em seu conteúdo, garantindo mecanismos que sustentassem a velha “oligarquia” do futebol brasileiro.

Muitas das ideias revolucionárias do projeto inicial foram consideradas avançadas demais para o contexto brasileiro. Na verdade, a maioria das equipes ditas profissionais não estava preparada para transitar para um novo status jurídico, que implicaria uma maior transparência nas suas negociações comerciais, o pagamento de imposto sobre rendimentos líquidos e, principalmente, a necessidade de participar de campeonatos rentáveis (PRONI apud CASTELLARI, 2010, p. 88)

Apesar da grande importância da lei e da transformação causada por ela, seus objetivos não foram atingidos. O esporte continuava sendo comandado por amadores, e a abertura criada para a entrada de capital e comando externo, como vimos no capítulo anterior, não vingou. Mas se ela não teve êxito em todos os seus pontos, ao menos deixou um importante legado: era a primeira vez que as decisões no âmbito esportivo foram decididas por representantes do povo, e não impostas por governos ditatoriais.

Um dos temas iniciais, e que não teve conclusão, foi o do fim do passe dos jogadores, que remonta os direitos trabalhistas a um regime anterior a década de 30. Para entender melhor: “o passe era um mecanismo legal regulamentado pela Lei nº 6.354/02/9/76, para regular a profissão de jogador de futebol” (RODRIGUES, 2007, p.2). Assim, o jogador permanecia “preso” a determinado time, não podendo, mesmo que seu contrato trabalhista estivesse expirado, negociar com outra agremiação.

Ainda que essencial para a profissionalização do esporte e para a melhor relação entre trabalhador e empregador, a Lei Pelé trouxe à tona outra discussão, pautada em um ponto negativo: se o fim do passe era indispensável para retirar do clube o “poder” sobre a vida de seu atleta, ela traria uma consequência para um futebol brasileiro já carente de grandes jogadores: ficara ainda mais fácil transferir-se para a Europa. Agora dono de seus direitos federativos, a vontade do atleta prevaleceria, e em tempos em que o Brasil não chega perto da remuneração dos

grandes europeus, os jogadores não pensavam duas vezes antes de tomar sua decisão.

Além disso, o fim do passe implicava outros fatores que continuariam controlando o futebol. Se os clubes não podiam mais “prender” os jogadores, a Lei abriu brechas para que os empresários entrassem no jogo e “comandassem”, desde cedo, o futuro de seu atleta. Assim, até hoje, os direitos federativos de muitos acabam sendo repartido entre empresa, clube, etc.

E essa dependência torna-se por vezes inevitável ao garoto que sonha ser profissional. Sabe-se que no mundo do futebol, a oportunidade muitas vezes surge a partir de indicações, e da relação entre empresários e clubes. Há, inclusive, muitas denúncias sobre essas relações, em que supostamente grandes agremiações esportivas cobram uma quantia para inserir determinado atleta em seu time. Assim, a Lei Pelé resolveu um grande problema, e impensável em qualquer relação de trabalho, ao passo que criou brechas para que o principal beneficiado – o atleta – ainda seja vítima da ação de quem detém o poder.

As investigações realizadas para fundamentar essa argumentação indicam que a Lei Pelé e o fim do passe trouxeram algumas novidades e avanços significativos no sistema de relações trabalhistas no futebol brasileiro e, conseqüentemente, nas condições sócioprofissionais dos futebolistas. No entanto, entende-se que o processo em curso se trata de uma “modernização conservadora”, ou seja, um processo incompleto, pois alguns aspectos da nova legislação apontam para uma situação híbrida (inovações em determinados aspectos, ao lado de mecanismos tradicionais). A modernização em curso mantém algumas características do passe, tais como (a) a dependência do jovem atleta em relação ao clube (ou a escolinhas de futebol, empresários, empresas), (b) os procedimentos referentes a empréstimo e a transferência de atletas em favor dos clubes, e (c) o sistema de multas rescisórias (particularmente dos atletas que recebem mais de dez salários mínimos). (RODRIGUES, 2007, p.5)

E, tal qual a Lei Zico não obteve sanção de todos os seus pontos, a Lei Pelé foi modificada algumas vezes. Novamente os times conseguiram impor parte de suas vontades frente aos políticos, a partir da introdução da Lei Maguito Vilela (nº 9981/2000) modificando dois pontos centrais da Lei Pelé:

O primeiro é que o seu artigo de número 27 tornou facultativa, novamente, a transformação dos clubes em empresa, o que vem a corrigir um dispositivo da Lei Pelé muito questionado pelos clubes e federações. O segundo é que “... o artigo 93 amplia por um tempo maior os contratos que estavam em vigência [...] o grande problema da liberação do passe era a transição, o que de fato agora poderia ser amenizada.” (SANTOS SILVA, 2008, p.76). Ou seja, a reação dos clubes e federações à Lei Pelé tem eco no Congresso Nacional e

as mudanças, no intuito de modernizar radicalmente as relações no mundo do futebol sofrem, aparentemente, um retrocesso. (CASTELLARI, 2010, p. 91)

A influência dos dirigentes e da chamada “Bancada da Bola” entra de novo no jogo, e obtém, mais uma vez, sucesso no controle da modernização do futebol brasileiro, fazendo com que a vagarosidade da evolução na gestão do esporte permita aos “cartolas” continuarem a se apropriar do patrimônio dos clubes. Um processo de modernização lento, e diretamente responsável pelo atraso do Brasil, em comparação com os times europeus.

Como vimos, Pelé foi importante dentro e fora de campo, mas, em suas duas carreiras – política e futebolística – ele não foi o melhor exemplo de ética. Se foi fundamental para consolidar o fim do passe e símbolo da seleção tri-campeã (1958, 1962 e 1970), Pelé também tinha outra faceta, pouco noticiada pela mídia. Seus carrinhos e suas jogadas violentas manchavam, em parte, a brilhante capacidade técnica que possuía. E assim, como em campo, suas jogadas fora dele também tiveram seus altos e baixos.

O Rei do Futebol parecia querer moralizar o esporte, e tentou comprar, em 1993, os direitos televisivos do Campeonato Brasileiro, junto à CBF. Só que, como sabemos, os contratos da Confederação possuem algumas entrelinhas em cada documento, e desta vez, o então diretor financeiro José Carlos Salim, pediu a Pelé um milhão de dólares de propina para fechar o negócio. “Existe muita corrupção, infelizmente. Já aconteceu de a CBF não aceitar uma proposta nossa melhor do que a que acabou aceitando por causa de conchavos com outros grupos. Propostas menores acabam sendo aceitas, só para não tirar os outros grupos”, disse o ex-jogador, em entrevista a Revista Playboy, em agosto de 93. Revoltado, o Rei contou toda a história de que foi vítima. Ele agora era rival declarado de Ricardo Teixeira, e ninguém melhor do que o maior jogador da história para moralizar o futebol brasileiro e acabar com o “coronelismo” dos nossos dirigentes.

Por conta do seu ímpeto, foi nomeado Ministro Extraordinário dos Esportes, pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. No cargo, propôs a Lei Pelé, descrita acima. E assim como explanado, a Lei foi modificada, beneficiando os antigos “cartolas” e mantendo a modernização brasileira à mercê dos velhos oligarcas do esporte. Mas, qual seria a reação de Pelé, após as denúncias na

Revista Playboy, e o insucesso de parte de sua lei? Indignação, frustração e revanche eram algumas apostas, mas Pelé surpreendeu:

Os louros obtidos murcharam antes que Pelé pudesse descansar sobre eles. Dois anos depois de sua saída, seus adversários orquestraram uma legislação [a Lei Maguito Vilela] que desfez as reformas mais importantes antes de elas entrarem em vigor. Os cartolas não seriam obrigados a prestar contas ou a assumir a responsabilidade jurídica por suas extravagâncias contábeis. Como sempre, a corrupção no Brasil mostrou sua extraordinária capacidade de recuperação. Quando defrontado com esse fato, a reação de Pelé foi surpreendente. Em fevereiro de 2001, ele convocou uma coletiva de imprensa juntamente com o chefe do futebol brasileiro, Ricardo Teixeira, no Rio de Janeiro. Eles estavam juntando esforços, nas palavras de Pelé, num “pacto para salvar o futebol brasileiro”. Teixeira anunciou que Pelé chefiaria uma comissão especial encarregada de reorganizar a administração do esporte. Depois beijou a mão do rei. “Cometi um grande erro ao me afastar do maior ídolo do país. Reconheço meu remorso e conto com a nobreza de Pelé em aceitar minhas desculpas”. Então, em frente das câmeras, para as primeiras páginas dos jornais, Teixeira e Pelé se abraçaram. (FOER, 2005, p.118 e 119)

O Brasil perdera ali seu principal símbolo anticorrupção e com maior influência para reestruturar o futebol brasileiro. A união com o mandatário da CBF era uma vergonha que o torcedor e o cidadão brasileiro não puderam suportar. A partir dali, a imagem de Pelé se modificara para sempre, razão pela qual a idolatria pelo Rei limita-se, hoje em dia, às suas atuações de gala em campo. Ainda que reconheçamos o valor inestimável de sua contribuição para o futebol, ele é, desde então, alvo frequente das críticas de jornalistas esportivos de renome, como Juca Kfourri. Pelé estava a um passo de tornar-se muito mais que um ídolo nacional, mas na hora de dar um passo a frente, caiu em um precipício de onde jamais conseguiria retornar.

Na verdade, nada poderia ser mais corrosivo para a nobreza de Pelé. Ele não era mais o terror dos cartolas. Na coletiva, ele condenou a investigação promovida pelo Congresso por destruir o prestígio do futebol brasileiro. Proporcionou credibilidade a Ricardo Teixeira num momento em que o Congresso estava pronto para enfiar uma estaca nos cartolas. José Trajano, colunista do jornal desportivo *Lance!*, bradou: “A união de Pelé com Ricardo Teixeira é a maior punhalada nas costas que nós, que lutamos pela ética no esporte, poderíamos receber... Ele vendeu a alma ao diabo.” Depois do abraço, os participantes da cruzada anticorrupção, como Juca Kfourri, deram as costas a Pelé. Jornalistas com o espírito reformista, especialmente no jornal *Folha de S. Paulo*, começaram a rever a passagem de Pelé pelo Ministério dos Esportes. Será que ele fora tão idealista quanto havia parecido ao aprovar a Lei Pelé? Seu sócio, Hélio Viana, me disse que foi ele quem escreveu o esboço da Lei Pelé. Celso Grellet, assessor de Pelé, admitiu para jornalistas que Pelé esperava ter lucros com as novas leis. [...] De repente, o ícone estava à beira de um vexame. (FOER, 2005, p.119 e 120)

Com Pelé fora do jogo, Ricardo Teixeira precisava enfrentar outro “desafio”: a CPI da Nike-CBF, instaurada pela Câmara dos Deputados, no ano 2000, após 19 meses de tentativa (a primeira requisição feita pelo deputado Aldo Rebelo foi feita no início de 1999). A comissão parlamentar destinava-se a investigar a regularidade do contrato entre a gigante marca de produtos esportivos e a Confederação Brasileira de Futebol.

O contrato firmado em 1996 estabelecia incríveis 326 milhões de dólares à seleção, mas guardava nuances que anos mais tardes culminariam na instauração da CPI.

As suspeitas de que havia algo de irregular ganharam força após o fracasso na Copa do Mundo de 1998. Denúncias de que a Nike escolhia seus jogadores para atuar, a fim de valorizá-los, o estranho episódio na final da Copa – Ronaldo, garoto propaganda da Nike foi escalado horas após uma crise convulsiva –, e a forma de gestão adotada pela seleção alimentaram os interesses dos jornalistas esportivos investigativos. Para Aldo Rebelo, que presidiria a Comissão Parlamentar, um fato o marcou na volta da seleção ao Brasil.

“Das cenas de tristeza e revolta pela derrota do Brasil na Copa da França, uma me impressionou em particular. Era a foto de um estudante com um cartaz onde desenhara a Bandeira do Brasil. No lugar da frase “Ordem e Progresso” ele escreveu: “Nike”. Abaixo, o grito de repulsa: “Nossa bandeira agora é esta”. O estudante levou seu protesto para o aeroporto do Rio, na hora em que o presidente da CBF desembarcava com a taça de vice-campeão. Um segurança do sr. Ricardo Teixeira destruiu o cartaz”. (TORRES, 2001, p. 13)

Duas cláusulas do contrato chegaram ao conhecimento da opinião pública e deflagraram ainda mais o poder da Nike sobre a CBF, tornando visível sua influência:

1. aquela em que a CBF se obriga a escalar os oito principais jogadores sob um critério não definido, mas que pode ser o da Nike; 2. e a cláusula em que a CBF cede à Nike a primazia de definir os adversários e os locais de 50 jogos amistosos durante dez anos. Além disso, a CBF não pode marcar jogos nos Estados Unidos, Japão, Coréia e em qualquer país da Europa se a Nike já houver marcado jogos nesses locais nesse mesmo ano. (AZEVEDO; REBELO, 2002, p. 4)

Além delas, toda a extensão do acordo constituía uma aberração de cláusulas, que deixavam a Nike com a soberania da seleção, e a CBF totalmente dependente das decisões da sua nova patrocinadora. Para se ter ideia do absurdo, o

contrato versava sobre a possibilidade de rescisão unilateral, caso a justiça brasileira determinasse providências legais, tais como as responsabilidades tributárias que cabem a qualquer contrato deste porte.

A alínea “n”, por seu turno, pretende tornar a NIKE livre de qualquer responsabilidade tributária contrariando a nossa Constituição e a nossa legislação infraconstitucional, podendo haver a configuração, até mesmo do crime previsto no art. 2º, II, da Lei n.º 8.137, de 27 de dezembro de 1990. Assim a NIKE poderia cancelar o contrato caso viesse a “receber uma notificação de qualquer autoridade fiscal, em qualquer parte do mundo, avisando que a NIKE precisa reter ou que deveria ter retido impostos sobre quaisquer dos pagamentos exigidos de acordo com este contrato.” Sobre o teor destas cláusulas e os perigos que elas embutem, o representante da empresa, em depoimento à esta CPI, Ingo Ostrovsky, considerou que se tratava tão-somente de proteger os interesses da empresa, isto é, “...essa é uma cláusula de proteção. É...nós não estamos nessa cláusula dizendo que qualquer decisão judicial ou fiscal deixará de ser cumprida. O que nós estamos dizendo é que, se houver uma decisão judicial que implique em diminuição dos direitos que nós adquirimos da CBF, nós temos o direito de rescindir o contrato.” (TORRES, 2001, p. 77)

Após uma investigação detalhada, a CPI explanou os diversos problemas da entidade e como ela estaria “falida”, caso fosse uma empresa. A quebra de sigilo bancário e fiscal mostrou que as despesas da entidade subiram de maneira abrupta, com destaque para o gasto de pessoal, que aumentou mais de 400% em apenas quatro anos, principalmente na remuneração de seus principais diretores. Além disso, sérios indícios de que há desvios de verbas para interesses particulares, como a aquisição de um veículo por parte do chefe Ricardo Teixeira:

Reiteradamente surgem indícios de uso dos bens da CBF em proveito de interesses privados. Por exemplo, a CBF adquiriu, em 10/5/1995, um veículo marca Volvo, importado, com todos os acessórios disponíveis, por de R\$ 68.199,00, equivalente, na época, a US\$ 76.542,08. Pouco mais de um ano depois, em 10/7/1996, o próprio Ricardo Teixeira adquiriu esse automóvel da CBF, pagando apenas R\$ 49.000,00, ou melhor, US\$ 45.526,52. Portanto, com um desconto de cerca de 40% sobre o valor pago pela CBF. Esse é mais um fato que evidencia que Ricardo Teixeira usa a CBF como se fosse uma empresa sua. (AZEVEDO; REBELO, 2002, p. 12)

O que impressiona e deixa estarecido a todos que acompanham a gestão de Ricardo Teixeira é como após tantas evidências, ele conseguiu manter-se no poder por tanto tempo. A CPI chegou à conclusão de que “a CBF foi convertida numa agência de negócios milionários que explora a imagem da seleção brasileira.” (AZEVEDO; REBELO, 2002, p. 18) e que é: “um antro de crime, anarquia, incompetência e desonestidade (JENNINGS, 2011, p. 200). Mesmo após um valoroso esforço da Comissão, não foi possível encerrar o caso. Nesta história, a

vírgula da Nike é o símbolo do imperialismo e de que a má-gestão no futebol brasileiro ainda está longe de um ponto final.

4 ELITIZAÇÃO À BRASILEIRA

4.1 A FIFA quer o Brasil

“Pessoas como Blatter gostam de levar os eventos esportivos para países corruptos porque não há investigação sobre o dinheiro envolvido... Não sabemos, podemos ver um futebol fantástico aqui em 2014, mas nem tudo será fantástico. E irão construir estádios, gastar dinheiro nesses estádios, como na África do Sul, que não irão lotar na Copa nem depois. E vocês sabem disso. E essa mensagem precisa ser divulgada no Brasil (JENNINGS, 2014).

Quando o Brasil foi escolhido como sede da Copa do Mundo em 2014, houve, inicialmente, uma calorosa aprovação do resultado. O emergente país figurava como peça central do Conselho da ONU, fazia parte do renomado BRICS – grupo composto por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul e que representa países economicamente emergentes no século XXI – e parecia natural sediar eventos do porte da Copa do Mundo e das Olimpíadas. A escolha era a estratégia perfeita para a FIFA se fortalecer ainda mais. Quem não queria o evento no país mais vezes campeão do torneio? O Brasil teria a chance da revanche, 64 anos depois do episódio “*Maracanazo*”. Além disso, a força do esporte no país seria o impulso necessário para criar um ambiente favorável à marca da entidade, além de respeitar o novo critério adotado por Blatter, que, em seu discurso político, dizia ser necessário que a Copa do Mundo fosse democrática, percorrendo todos os continentes do planeta.

Porém, o fator decisivo para que o Brasil “vencesse” a concorrência não foi nenhum desses, e sim, um ponto negativo, com o qual sofremos há décadas: a corrupção.

A facilidade em promover a compra e venda de ingressos é, para o jornalista Andrew Jennings, fator determinante na escolha das próximas sedes e demonstra que o Brasil não concorreu a nada. Ele já estava previamente escolhido por Blatter e sua cúpula. Segundo ele, a votação é feita de forma a privilegiar países em que a corrupção seja maior. A prova disso é a escolha da sede de 2022: o Catar. Em

situação normal, o país jamais alcançaria sucesso por um “simples detalhe”. Não há condições de se ter uma partida de futebol de alto nível nos meses de junho e julho, em razão da temperatura que chega aos 50°C. Para o jornalista, a Copa não acontecerá no país.

Todos nós sabemos que a Copa não será no Catar em 2022. Você paga US\$ 50 milhões para que um par de pernas jogue no seu time. Não vai correr o risco de sofrerem insolação. [...] Sabemos que o Catar é uma piada. Sabemos que entrou dinheiro. E sabemos que pessoas corruptas receberam dinheiro da FIFA e venderam suas consciências e almas para o Catar porque só queriam receber dinheiro sem fim. (JENNINGS, 2014)

A investigação do jornalista conta que pessoas ligadas a Joseph Blatter tinham “acesso privilegiado” a ingressos da Copa do Mundo e conseguiam faturar altos montantes com a venda deles. O problema é que a destinação do dinheiro deveria ser feita aos cofres da FIFA, mas a manobra permitia que alguns personagens conseguissem faturar sem prestar contas à entidade.

“Quando os auditores da Ernst & Young calcularam que Daryan [filho de Jack Warner, um político de Trinidad Tobago, com próxima ligação a Blatter] poderia lucrar até 500 mil libras com seus negócios da Copa do Mundo, o Comitê Executivo determinou que a Simpaul Travel [agência dos Warners] devolvesse aos cofres da FIFA a astronômica quantia de 754.375 euros. [...] E por que motivo Blatter não revelou nada a respeito disso à imprensa? Por que os esquemas de venda de ingressos da Simpaul eram um assunto privado? Será que era porque Blatter temia que Daryan jamais pagasse e assim ele faria papel de bobó? Ou talvez porque não quisesse pôr em maus lençóis o amigo Jack?” ((JENNINGS, 2011, p. 288)

Só que a estratégia que parecia perfeita, encontrou um adversário inesperado: o torcedor brasileiro. A empolgação inicial da população em sediar dois grandes eventos – Copa do Mundo e Olimpíadas – deu lugar a uma pergunta óbvia: qual o legado que teremos?

A lentidão das obras de infraestrutura, a precariedade em serviços básicos de saúde e educação comparado ao alto valor investido em estádios e os escândalos de corrupção transformaram empolgação em indignação. E o mundo todo passou a se perguntar: o Brasil está pronto?

A Copa das Confederações de 2013 serviria de evento-teste, mas o que ela mostrou foi que o brasileiro não é tão passivo quanto se imaginava, e que a paixão pelo futebol não o cega completamente, a ponto de não enxergar e criticar os erros visíveis na condução da organização da Copa do Mundo. O povo foi às ruas e o

título obtido em campo ganhou menos importância nos jornais do que as manifestações realizadas nas ruas, a maioria no entorno dos estádios. “A Copa das Confederações parou o Brasil. E a principal razão não foram os jogos da Seleção e sim, a onda de manifestações pelo país.” (INTERATIVO, 2014)

A FIFA se preocupou. Críticas públicas do mais alto escalão da entidade direcionada aos atrasos nas obras e até mesmo ao “jeitinho brasileiro”.

O Brasil acabou de se dar conta que começou tarde demais. É o país com mais atrasos desde que estou na Fifa e foi o que teve mais tempo, sete anos, para se preparar. (GLOBOESPORTE.COM)

Uma cartilha para estrangeiros divulgada na revista oficial da entidade listou 10 fatos “importantes” a serem considerados no Brasil. Entre eles, encontram-se itens como: a falta de pontualidade do brasileiro, a mania de “furarmos fila”, a lei do mais forte no trânsito, que diz que no Brasil prevalece quem “tem o carro maior” ou ainda a necessidade do estrangeiro ter paciência conosco, pois, segundo a publicação, fazemos tudo no último minuto e nossa filosofia de vida pode ser resumida a seguinte frase “relaxa e aproveita”.

Do outro lado, o selo padrão FIFA de qualidade virou sinônimo de submissão do Governo e gerou revolta na população. Nas manifestações, a exigência do Padrão FIFA em outros setores, como educação e saúde contrastavam com o bom futebol apresentado em campo.

A FIFA esperava mais do Brasil e o brasileiro esperava mais do governo. A falta de planejamento e transparência na organização da Copa do Mundo resulta em um legado aquém do esperado e estimado. O valor de um megaevento passa muito além do seu retorno financeiro. E o preço para realização da Copa tem saído caro para todos os envolvidos: governo, população e a própria FIFA demonstram insatisfação, insegurança e incerteza. Às vésperas do evento, ainda não sabemos bem o preço exato que pagaremos por sua realização, mas sabemos que será muito mais alto do que imaginávamos.

4.2 Influência da mídia

O fluxo contínuo de informação alimentada pela mídia é, sem dúvida, uma das maneiras dos veículos tentarem impor o seu modo de pensar e “converter” a população a seguir o que eles pregam. Embora superado modelos comunicacionais que afirmavam que a imprensa detinha poder de dizer exatamente o que pensar, é inegável o poder de colocar algum assunto em pauta. A hipótese do agendamento, concebida por Maxwell McCombs e Donald L. Shaw, defende que os jornalistas realizam uma agenda social, direcionando quais temas devem ou não ser debatidos.

Portanto, dependendo da mídia, sofreremos sua influência, não a curto, mas a médio e longo prazos, não nos impondo determinados conceitos, mas incluindo em nossas preocupações certos temas que, de outro modo, não chegariam a nosso conhecimento e, muito menos, tornar-se-iam temas de nossa agenda. (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2011, p.193)

No caso da Copa das Confederações, as principais fontes eram os jornalistas-cidadãos, que cobriam as manifestações de dentro delas, compartilhando seus vídeos em redes sociais e servindo para os grandes veículos direcionarem suas coberturas.

Mas, esta é uma exceção à regra. Na maioria do tempo, são os grandes veículos que comandam a televisão, o rádio e os jornais. São eles também que pagam aos nossos clubes enormes direitos de imagens para que nós, torcedores, possamos acompanhar as partidas que queremos.

E se eles têm o direito de transmissão, nós temos o dever de assisti-los. Se não for pagando uma assinatura de televisão fechada, a nossa simples audiência já é lucro para a emissora. Os contratos milionários de publicidade nos vendem antes, durante e depois dos jogos. Carros, bancos, produtos de limpeza, e o principal: a nossa atenção. O minuto na televisão aberta chega próximo ao de R\$ 1 milhão.

Mas, nesta disputa pela audiência, há alguns pontos importantes que passam despercebidos. A Copa do Mundo é talvez o maior evento do planeta e atrai a atenção de centenas de países. E para possibilitar a maior audiência possível na transmissão de seus jogos, os horários das partidas foram moldados de acordo com o interesse comercial, negligenciando aspectos mais importantes, como a saúde do atleta.

Por essa razão, a Federação Nacional dos Atletas de Futebol encaminhou à FIFA documento mostrando o risco que é termos jogos em horário de intenso calor e baixa umidade. O registro resultou em denúncia ao Ministério Público do Trabalho, que investiga o caso. Turíbio Leite de Barros encabeça a lista dos especialistas que criticam os horários dos jogos – há partidas às 13 e 15 horas em cidades como Fortaleza, Recife, Natal, Salvador e Brasília. Para ele, a situação preocupa e muito.

O impacto desta sobrecarga térmica para atletas disputando uma competição de alto rendimento causa grande temor. O futebol de hoje é disputado em um nível de competição muito elevado, com os atletas percorrendo cerca de 12 mil metros em 90 minutos de jogo. (BARROS, 2013)

O discurso midiático potencializa o valor da Copa do Mundo e busca explorar o tema em comerciais publicitários, pautas jornalísticas e tudo mais que resulte em audiência para os patrocinadores. Para alcançar tal resultado, aspectos importantes são deixados em segundo plano. Não se vê em televisão aberta, e são raros os debates em televisão por assinatura sobre as consequências negativas da elitização do futebol brasileiro. E a falta de matérias se justifica. Os principais canais são bancados por empresas que vinculam sua marca aos aspectos positivos da Copa do Mundo, como a união da população, a festa nas ruas ou o bom desempenho em campo. Se o jornal que veicula esta propaganda discursar o contrário, o efeito pretendido pelos anunciantes não será o mesmo, e, conseqüentemente, o valor depositado naquela emissora também não. Com isso, temos uma cobertura distorcida do processo de elitização do futebol brasileiro e um debate pouco aprofundado sobre questões de relevância nacional, que poderiam e ainda podem transformar a modernização dos estádios em algo positivo e não exclusivo a elite brasileira.

Assim, pode ser percebido que, a par da importância social da Copa do Mundo para os brasileiros, existe a apropriação deste evento pela mídia, em especial pelo jornalismo, que, se não “inventa” este interesse social, pelo menos o “aumenta”, com todos os meios de que dispõe, colabora para construir uma impressão de realidade que mitifica a importância da Copa, elegendo-a como o “único” acontecimento digno de menção jornalística. Dada a mediação necessária para se ter acesso aos fatos da Copa, é do máximo interesse da mídia suscitar a maior audiência possível em torno deste evento, já que, como foi visto anteriormente, o termo “audiência” refere-se diretamente à questão do “lucro” dos veículos da mídia. (GASTALDO, 2009, p. 367)

4.3 Privatizando os estádios

Se a Copa do Mundo é nossa, não podemos falar o mesmo dos estádios pelo Brasil. Para atender a necessidade de um evento deste porte, naturalmente foi preciso modernizar e atender o já famigerado “Padrão FIFA”. E talvez esteja nas construções das novas arenas o principal questionamento do brasileiro.

A começar pelo desrespeito aos moradores das regiões do entorno. Para seguir os critérios definidos pela FIFA, algumas casas precisavam ser demolidas, a fim de facilitar o acesso ao estádio ou mesmo estabelecer prédios comerciais que explorem a atividade finalística do futebol no local. Em sua maioria, pessoas de baixa renda e sem grande instrução educativa, acabam por acatar a ordem de deixarem suas residências, recebendo uma indenização injusta e não condizente com o valor do imóvel em uma agora nobre região.

Elmar é uma das 170 mil vítimas das previstas remoções promovidas pela organização da Copa do Mundo de 2014, segundo cálculo dos Comitês Populares da Copa. Em sua comunidade, próxima ao Maracanã, metade dos antigos moradores já deixaram suas casas para dar lugar a um polo automotivo. [...]

“Tive que sair do meu antigo emprego. Não tinha condições de ficar trabalhando com o pessoal arrebatando minha casa. Até me separei da minha mulher por causa desses problemas. Infelizmente, eu fui afetado em vários aspectos: financeiramente, emocionalmente e profissionalmente”, diz.

Elton nos recebeu vestindo, por acaso, uma camisa da seleção. Como a maioria dos brasileiros, Elton ficou feliz e orgulhoso quando soube que o país sediará a Copa. Não sabia que os megaeventos, há cerca de duas décadas, tornaram-se mais do que competições esportivas. (AMIGOS, 2013, p.1)

Dessa maneira, o que se vê é mais um aspecto da elitização, em que pessoas pobres são forçadas a deixar suas casas, sendo removidas para regiões mais afastadas e que não causem nenhum desconforto à imagem do evento em suas grandes transmissões.

Para a população em situação de rua, o clima é de tensão. Na “cidade de exceção”, não há lugar para o que a enfeia, mesmo que seja gente. “A prefeitura quer criar albergues no sul e norte, onde dá duas ou três horas de viagem, para tirar esse povo do centro”, denuncia Leonildo Monteiro, coordenador do Movimento Nacional da População de Rua (MNPR) em Curitiba.

Em São Paulo, surgiram incêndios suspeitos em favelas. “Em geral, elas estão localizadas em áreas de grande visibilidade para turistas. Essa última incendiada, Favela do Moinho, fica entre duas linhas da CPTM”, diz Rosilene Wansetto, da Rede Jubileu Sul. (AMIGOS, 2013, p.4)

Outro desrespeito consequente das obras nos estádios é a falta de licenciamento ambiental. A legislação brasileira exige uma série de comprovações para que construções de grande porte comprovem que estão de acordo com a preservação ambiental e que não terão impacto negativo para a cidade. Porém, o que se vê por todo o Brasil são decisões administrativas, políticas e mesmo judiciais que desrespeitam a nossa legislação, para não prejudicar o planejamento do evento.

A Promotoria de Justiça de Defesa da Ordem Urbanística (Prourb) do Distrito Federal abriu ação apontando esta falta e questionando a forma como foi realizada a alteração das normas de uso e ocupação do solo (por decreto e não por lei, contrariando legislação federal); aponta ainda a ausência de Estudo de Impacto de Vizinhança, de Relatório de Impacto de Tráfego, e da não manifestação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) acerca dos novos parâmetros urbanísticos propostos, já que se trata de edificação em área tombada. A ação do MP foi indeferida liminarmente pelo juiz da vara de meio ambiente do TJDFT (cujo nome não foi encontrado) sob a argumentação de que *“Trata-se de empreendimento com custo notoriamente elevado, que se não for concluído no prazo de seu planejamento, tal importará em proporcional desperdício de recursos públicos, além de consequentes e previsíveis prejuízos à nação brasileira em face de sua imagem perante a comunidade internacional ante o fiasco contra o qual é desejável prevenir”* e concordou que a obra, sem o prévio e completo estudo urbanístico e ambiental, pode também causar prejuízos ao meio ambiente e à ordem urbanística; para ele, no entanto, a paralisação das obras traria prejuízo ainda maior (ANCOP, 2011, p.63)

Assim, há clara demonstração de que neste momento, é mais importante um evento para “inglês ver” do que a construção de um legado, aproveitando a oportunidade que é sediar os megaeventos esportivos.

Nesse processo, uma ampla legislação de exceção vai ganhando corpo nacional e regionalmente. Em cada cidade, são criadas “leis de segurança”, “leis de isenção fiscal”, “leis de restrição territorial”, “leis de transferência de potencial construtivo”. As ações do poder público para a Copa, em boa parte, rasgam a Constituição e a legislação nacional. (AMIGOS, 2013, p.6)

O último ponto e mais debatido é a corrupção. Para se construir as novas arenas, houve um gasto abusivo. Em Brasília, o Mané Garrincha custou, oficialmente, R\$ 1,566 bilhão, mas considerando as obras do entorno, chega a R\$ 2 bilhões. Destes, R\$ 431 milhões teriam sido superfaturados, segundo relatório do Tribunal de Contas do Distrito Federal divulgado em março de 2014. Já o Maracanã, que custou cerca de R\$ 1,2 bilhão, teria, segundo o Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro, superfaturamento na casa dos R\$ 67 milhões.

Segundo o TCU, a elevação no valor dos estádios, em relação à estimativa inicial, chega a 47%, ou R\$ 2,5 bilhões. O valor serviria para se construir 46,3

mil casas ou apartamentos do programa Minha Casa Minha Vida. (AMIGOS, 2013, p.8)

Este gasto excessivo sofre um agravante: apesar do enorme financiamento público, as construtoras privadas investiram grandes quantias e celebram contratos de gestão que manterão alguns clubes “reféns” por décadas. Com a necessidade de se construir e sem dinheiro para bancar, a parceria público-privado beneficia claramente apenas um lado da moeda. As empresas investem hoje para que os clubes atendam a nova exigência dos estádios, mas, com isso, ganham o poder comercial durante muitos anos.

Em Porto Alegre, por exemplo, o estádio Beira-Rio pertence ao Sport Club Internacional, porém, nos próximos 20 anos, sua exploração comercial será decidida pela empresa SPE Holding Beira Rio. O fato se repete em outros estados e preocupa dirigentes e torcedores. Pelo lado do clube, o déficit na receita será natural. Se antes o time recebia toda a verba de bilheteria, restaurantes, áreas vips, etc., agora este dinheiro será dividido. Assim, por longos anos, o investidor será como um “sócio majoritário” dos clubes.

Para os torcedores, a falta de autoridade da diretoria do seu time ocasiona uma alta nos ingressos, já que a empresa parceira tem voz ativa na hora de decidir o valor que será cobrado.

Com o aumento, a camada social mais baixa se afasta do estádio e muitas das confortáveis cadeiras acabam por serem inutilizadas. Amélia Sabino é repórter do Diário Lance! e acredita que a privatização dos estádios pode fracassar.

O setor privado, obviamente, também quer lucrar em cima do futebol. A grande questão nessa subida de preço que a gente tem visto por todo 2013, é se isso vai se sustentar a longo prazo. Se o público do futebol, se o público que acompanha futebol apaixonadamente, vai ter renda suficiente. (LANCENET, 2013)

4.4 Geração Iphone: bom negócio ou tiro no pé?

A alta no preço dos ingressos modificou o perfil do torcedor brasileiro. O Maracanã, que chegou a abrigar 200 mil pessoas em um só jogo, hoje preza pelo conforto, pela beleza e pela segurança. A modernização do estádio trouxe pontos

positivos, mas como toda mudança, tem um preço. Se ganhamos por um lado, ficamos em débito por outro.

Como já visto, a elitização ocasiona a exclusão de uma camada social apaixonada pelo esporte, e que não mais é capaz de ir frequentemente aos estádios. Esta é a consequência central, mas é possível desmembrá-la em outros pontos também. Assim, se os telões encantam e nos permitem ver no detalhe o lance do jogo, perdemos a emoção do radinho de pilha no ouvido enquanto buscávamos enxergar em meio à multidão. A cadeira confortável nos tira o calor humano de compartilhar, em pé, lado a lado, a vibração com um gol de seu time. Não à toa diversas músicas e cânticos de torcida falam da importância da arquibancada. Neguinho da Beija-Flor compôs a canção “Domingo eu vou no Maracanã” que retrata o sentimento ímpar dos antigos estádios, onde desejava ver seu time campeão: “não quero cadeira numerada, vou ficar na arquibancada, pra sentir mais emoção”.

Porém, se a evolução dos estádios é inevitável, por que não um modelo de negócios que permita a divisão de espaços entre pobre e rico? O futebol possui variáveis que uma empresa comum não tem. O torcedor vai com maior frequência ao estádio quando seu time está bem. É de notório saber que os jogadores jogam melhor com o apoio da torcida também. Mas se não há público, os resultados desaparecem, o desinteresse aumenta e o preço alto não resulta em lucro ao clube.

Ainda assim, mesmo em estádios lotados, são as áreas destinadas ao “povão” que reside o maior carinho dos jogadores. É lá que comemoram seus gols, e é lá também que recebem o maior incentivo para desempenhar um bom papel em campo. A exclusão deste setor não pode então influenciar no resultado em campo? Sem dúvida alguma sim.

O preço do ingresso irá definir o perfil do público que queremos dentro dos estádios. As observações do departamento de marketing devem ter foco em ao menos dois aspectos importantes: O poder de consumo dos torcedores in loco e a valorização do espetáculo (como produto de venda) com a presença do torcedor. Ou seja, se por um lado os times de futebol querem consumidores que possam consumir o espetáculo (o chamado match day), ao mesmo tempo necessitam de torcedores que possam empurrar seu time para frente e produzir um espetáculo cada vez mais empolgante (FLEURY, 2012)

Para Fernando Ferreira, da Pluri Consultoria – empresa reconhecida pela consultoria no âmbito do marketing esportivo –, a lógica comercial de aumento nos ingressos, além de seletiva, é falha.

O debate é grande, mas não creio que a idéia de elitização dos estádios brasileiros terá vida longa, simplesmente por um aspecto: Vai faltar público. Vamos separar as situações. Uma coisa são competições como Copa das Confederações ou a Copa do Mundo, que atraem um público que não costuma ir aos estádios, e é acostumado a pagar caro para ver um Show do U2, ir ao Rock in Rio ou a um espetáculo do Cirque de Soleil. O mesmo vale para partidas com caráter de jogo-exibição ou disputadas em locais muito específicos, como os jogos do Flamengo em Brasília. Nestes casos, como a demanda é muito grande, é natural que o preço responda a isso. Outra coisa, muito diferente, são os jogos da temporada normal de futebol (Brasileirão, Estaduais, etc). Neste caso não adianta forçar a barra e continuar aumentando os preços dos ingressos porque o torcedor simplesmente não irá aos estádios. (FERREIRA, 2013, p.2)

Ainda segundo a análise, não há como sustentar as contas, baseando-se num compromisso em que o torcedor de elite tem a “obrigação” de ir regularmente ao estádio, mantendo a média de público antiga e aumentando apenas a receita coletada.

Elevar os preços além da conta é trocar um torcedor de menor renda por um espaço vazio, até porque a classe mais alta (foco da elitização) é justamente aquela que tem mais opções de entretenimento para ocupar seu tempo, sendo o futebol apenas mais uma. Melhor alternativa é combinar uma parcela de ingressos caros para quem pode pagar, com ingressos a preços populares para que o estádio encha e se tenha ganhos de escala. (FERREIRA, 2013, p.3)

E por que não conciliar a modernização do estádio com espaço para elite e classe popular? Para quem não acredita no sucesso da medida, o São Paulo Futebol Clube resolveu ser pioneiro na ideia. Em 2013, ano em que os preços dos ingressos sofreram alta abusiva, o presidente do clube, Juvenal Juvêncio, resolveu ir na contramão.

Em crise, abaixou o preço dos ingressos, com o intuito de que mais pessoas fossem ao estádio ajudar o time em campo. Além de reverter a situação na tabela do Campeonato Brasileiro, uma surpresa agradável: com a queda no preço das entradas – que chegavam a R\$ 2 para sócio torcedor –, houve um sensível aumento na renda captada. Até a medida, o São Paulo cobrava, em média, R\$ 26,7 por bilhete, com um público médio de 8.553 torcedores. Após a mudança, o tíquete médio baixou para R\$ 11,49, porém o público cresceu para uma média de 35.335 pessoas. Assim, houve um crescimento bruto de renda de 77% por jogo. A medida

permitiu o acesso democrático ao estádio às diversas classes populares e ainda gerou lucro ao clube, evidenciando que, ainda que o futebol não possa mais ser visto de forma romântica, é possível fazer negócio, e dos bons, sem excluir o torcedor apaixonado do seu local favorito no fim de semana.

“O sucesso da liquidação do São Paulo não é um tapa na cara dos teóricos de marketing. Ele só escancarou, mais uma vez, que o futebol no Brasil não pode agir como na Europa. Pelo simples fato que o produto, aqui, tem um valor inferior ao de lá.” (BETTING, 2013)

Outro grande clube brasileiro, o Grêmio, recém-construiu a primeira Arena de Porto Alegre. E a beleza do estádio guarda um espaço especial para classe social mais baixa: a geral. Famosa por apoiar o time gaúcho, a conhecida Geral do Grêmio tem um local reservado para torcer. Sem cadeiras, apenas no concreto, ela é a preferida de muitos torcedores. Não só pelo preço mais baixo, mas pelo clima festivo presente. Enquanto construía o estádio, diversas vezes a direção gremista teve que negociar com autoridades como Ministério Público, Polícia e Corpo de Bombeiros, para adequar o setor às exigências de segurança, sem que para isso utilizasse cadeiras.

A avalanche está proibida. A tradicional onda da arquibancada após os gols do Grêmio, comandada pela torcida Geral, não poderá ocorrer na Arena, a ser inaugurada no dia 2 de dezembro. Conforme o comandante do policiamento da capital (CPC), coronel Alfeu Freitas, a comemoração não poderá acontecer no novo estádio tricolor e será impedida por grades no confronto com o Hamburgo e no Jogo da Pobreza.

Por conta de uma inspeção técnica do Corpo de Bombeiros, o clube gaúcho e a OAS terão de colocar cadeiras no setor reservado para a torcida em 60 dias. A ideia do clube era deixar o espaço aberto, sem cadeiras, para que os torcedores pudessem reproduzir os cânticos do Olímpico e a avalanche atrás de uma das goleiras. (TERRA, 2013)

A briga foi grande, mas, depois de muita luta, a Geral do Grêmio tem o seu lugar no novo estádio.

4.5 Experiência europeia

O Brasil parece seguir os passos do velho continente quando o assunto é futebol. Além da idealização de um calendário semelhante, com o campeonato nacional sendo disputado por 20 clubes no módulo “pontos corridos”, o brasileiro se

inspira no “sucesso” – entre aspas, pois aqui consideramos apenas o aspecto financeiro – do velho continente para aplicar o modelo de negócios que transformou o futebol da Europa em um negócio atrativo para todos os jogadores do planeta.

A Inglaterra detém hoje, um dos campeonatos nacionais mais fortes. As equipes inglesas contam com públicos altíssimos e investidores de peso que transformaram o futebol por lá. Mas, assim como no Brasil, a paixão pelo esporte veio de uma camada social mais baixa.

Até a década de 1990, grande parte da elite social da Inglaterra tratava o futebol com desdém. Antes de Rupert Murdoch tentar adquirir o Manchester United, ficou famoso o rótulo que seu jornal Sunday Times atribuía ao futebol: “um esporte de favela praticado por favelados”. A primeira-ministra britânica Margareth Thatcher, principal defensora dos supostos valores da classe média, exibia mais do que ninguém o seu desprezo. (FOER, 2005, p. 88)

Porém, em 1989, uma superlotação durante uma partida entre Liverpool e Nottingham Forest resultou na morte de 96 torcedores asfixiados. Apontados como responsáveis pelas mortes, os ditos *hooligans* perderam espaço nas torcidas. Era o pretexto que a dama-de-ferro Margareth Thatcher precisava para modificar completamente o futebol. Anos mais tarde, porém, o governo britânico reconheceu que o grande culpado pela tragédia era o próprio Estado, por incompetência e negligência.

Na trágica tarde, o goleiro do Liverpool, Bruce Grobbelaar, estava a dois metros do alambrado e foi um dos primeiros a alertar para o desastre em andamento. "Havia pessoas com seus rostos presos contra a grade. Eles me diziam: 'Bruce, você pode nos ajudar? Não podemos respirar'. Então eu perguntei a um policial se poderia abrir o portão e ele disse: 'Nós temos que esperar a ordem superior para fazer isso'".

O *Mirror* relataria que quando o camisa 7 dos Reds, Peter Beardsley, acertou o travessão, provocando uma onda humana entre os torcedores que se espremiavam, muitos dos 96 já haviam perdido suas vidas. Alguns morreram de pé, por asfixia traumática. Outros foram esmagados ou pisoteados quando uma barreira cedeu.

As pessoas imploravam aos policiais. Queriam saltar para a sobrevivência na direção do campo de jogo. Não foram atendidas. Eles acreditavam que aqueles atrás das grades não estavam inocentes presos em um campo de morte, mas hooligans a orquestrar uma invasão do gramado. Mais da metade dos 96 mortos naquela tarde tinham no máximo 21 anos de idade. Cerca de 750 pessoas ficaram feridas. Sobreviventes ainda carregam em seus corpos e mentes as marcas da tragédia. (PERREIRA, 2014)

A partir do episódio, uma reformulação completa nos estádios. Câmeras de segurança, assentos confortáveis e muitos investidores para financiar as novas

arenas, já que àquela época o futebol demonstrava ser um excelente negócio. Os clubes passaram a investir em marketing, aumentaram as vendas de direitos televisivos e a ida a uma partida passou a ser um entretenimento tal qual ir ao teatro com sua família.

Um novo tipo de torcedor, mais abastado, começou a frequentar os jogos em estádios mais seguros e confortáveis. Pela primeira vez, viam-se muitas mulheres nas arquibancadas.

Mas essas mudanças tiveram um custo. A nova clientela acabou com a antiga atmosfera de classe operária turbulenta (FOER, 2005, p. 89)

Para Fernando Ferreira, especialista em finanças e gestão de clubes, a experiência europeia deve ser entendida no Brasil, porém não é possível comparar as duas realidades, acreditando que a elitização brasileira não funcionará, pelo menos financeiramente, como no continente europeu.

O preço virou um ponto crítico porque a escalada de alta, a gente vem relatando em vários relatórios, mas ela tomou agora uma espiral enlouquecida. [...] E tem um detalhe: a renda per capita do europeu é três vezes superior a do brasileiro. É outra realidade, a gente está completamente maluco. (LANCENET, 2013)

Já a associação entre a elitização nos estádios e uma maior segurança sugere um preconceito nítido: a classe social mais baixa seria a responsável pelas brigas em estádio. O *hooliganismo* conhecido na Inglaterra pode ser comparado à atuação das torcidas organizadas no Brasil. Donas de imenso poder político, elas funcionam como facções criminosas, sustentadas, em sua maioria, por poderosos diretores dos clubes, que necessitam de seu apoio para conquistar determinado cargo.

Assim, se alguém deve ser excluído para preservar a segurança dos verdadeiros torcedores, não são as pessoas pobres, e sim, essas lideranças organizadas, compostas por pobres e ricos. Explorar o potencial comercial que uma partida de futebol tem é fazer uso de estratégias de marketing que construam um negócio saudável e rentável para o clube. E nessa equação, a paixão do torcedor, em especial das classes sociais mais baixas, é indispensável. Foi a partir dela que o futebol cresceu e se transformou em um grande negócio. Acabar com este sentimento seria, além de tudo, um tiro no pé. A elitização que vemos hoje pensa em curto prazo e vem ignorando as consequências futuras que este processo irá causar no futebol brasileiro.

“Falam muito do futebol europeu, mas não estou nem aí pra Europa. Não acho que precisa elitizar o futebol para acabar com a violência. As pessoas confundem”, afirmou Vitor Birner. “Não sou contra que existam no estádio lugares para aqueles que querem pagar mais, que querem luxo. O futebol é para todos. Mas se virar só um negócio e não respeitar a alma, um dia, não hoje, pode ser daqui a 200 anos, o futebol vai acabar”. (UOL, 2013)

A elitização é um processo sem volta, mas não é uma via de mão única. Tem espaço para todas as classes no estádio. E o estádio deve ser pensado para atrair todos os modelos de consumidores. Com isso os clubes também deverão pensar em produtos diferentes para públicos diferentes, que estarão em locais diferentes. (FLEURY, 2012)

4.6 O legado dos megaeventos esportivos

Há sete anos, quando o Brasil fora escolhido para sediar a Copa, além do entusiasmo pelo evento em si, houve uma crença de que haveria um legado positivo. Obras de infraestrutura, novas políticas públicas, crescimento da economia, além de uma imagem positiva imensurável.

Porém, ano a ano, a crença foi dando lugar à apreensão. A modernização, não só dos estádios, mas das vias públicas, os novos prédios, a mobilidade urbana. Todas essas questões, em especial nas cidades-sedes, sofreram com atrasos e desrespeitos. Houve uma modernização para “inglês ver”. Esta afirmação pode ser percebida ao analisar a bibliografia sobre o tema. Se procurarmos por textos de 2007 a 2010, a expectativa era uma, em grande parte otimista. A partir de 2011, porém, a situação passa a se inverter. As críticas e as desconfianças aumentam. E a população começa a questionar qual será o legado dos megaeventos.

Pesquisa feita pelo Ibope, em 2011, dá conta de que, na época, com base num cenário inicial traçado pelos dados, pôde-se perceber que:

1. A população vive hoje um momento de incógnita sobre os legados da Copa de 2014 – e sobre a capacidade dos gestores públicos de resolver com transparência e a tão curto prazo os diversos problemas de infraestrutura e prestação de serviços;
2. Este pulso popular é alimentado por percepções difusas e por vezes contraditórias, sentimentos que vão da desconfiança em relação às lideranças do processo passando pela crença de que a Copa no Brasil representará um grande passo para a imagem e posição do país frente ao mundo – e reforçando o orgulho de ser brasileiro;
3. Alguns projetam expectativas positivas com certo ceticismo, por acreditarem que ações e mudanças são paliativas ou muito superficiais;
4. Até mesmo os mais otimistas parecem um pouco apreensivos com a falta de movimentação: “A Copa já está perto e a gente não vê nada acontecendo, os estádios sendo construídos, os aeroportos arrumados, etc.”
5. Não acreditam que haverá legado à população, a exemplo dos Jogos

Oímpicos do Rio de Janeiro.
(MARCELLINO, 2013, p.15)

A organização de eventos do porte da Copa e das Olimpíadas envolve questões que muitas vezes fogem ao controle público. A política, por exemplo. É natural que haja o enfretamento e questionamento da oposição, interessada em vislumbrar uma ascensão a partir do fracasso de determinada estrutura política atualmente no poder – tanto na esfera federal, quanto estadual e municipal. Porém, o que parece claro a todo brasileiro, seja qual for seu posicionamento político, é que houve uma grande falha de planejamento. Um megaevento esportivo é capaz de deixar legados extremamente positivos. A China vinha batalhando há anos para posicionar-se como superpotência mundial. Mas, apesar do potencial reconhecido, ela definitivamente “estabeleceu território” a partir da fantástica organização dos jogos olímpicos de Pequim, em 2008. O legado do evento foi tão grandioso que os US\$ 40 bilhões gastos para sua realização não foram questionados por sua população (ao menos não com a repercussão que vimos no Brasil), que entendeu a necessidade do investimento e percebeu o retorno positivo, resultado do planejamento e da execução do evento.

Em 2008, a China não economizou dinheiro nem poupou esforços para realizar aquela que é considerada uma das melhores edições dos Jogos Olímpicos. Obras gigantescas, mudanças drásticas na paisagem de Pequim e a construção de modernos estádios foram promovidos para o evento esportivo. [...] Após o a competição, o transporte público apresentou um evidente progresso, resultado de um investimento de seis bilhões de reais feito para modernizar aeroportos e expandir as linhas de metrô. O meio ambiente também foi beneficiado com a realização do evento na China. Ao trocar os aquecedores à base carvão pelo uso da energia solar, o país reduziu os níveis de poluição do ar, medida imprescindível para sediar os Jogos Olímpicos. (SPORTV Repórter)

O resultado de um megaevento esportivo é medido em longo prazo, e não é possível ainda afirmar com precisão o que teremos no Brasil, mas, a percepção negativa que atinge a maioria da população é resultado da não visualização dos resultados práticos e indispensáveis à organização do evento, como aeroportos, vias públicas, hotelaria e estádios. Ora, se nem os pontos essenciais são satisfatórios, como acreditar que em outros aspectos, ditos secundários, teremos um legado positivo?

As cidades e/ou os países devem adiantar o planejamento da infraestrutura, levando em consideração a amplitude das necessidades, e não apenas as obras relacionadas aos eventos. Estádios e outras grandes instalações esportivas são exigências óbvias e, geralmente, acabam por serem realizados mais rapidamente. No entanto, questões estruturais tais como as

de transporte, muitas vezes, são adiadas e finalizadas no último momento. Na verdade, como a data do início do evento nunca muda, os atrasos e a falta de controle dos custos podem comprometer a qualidade do evento em si. Portanto, o planejamento da infraestrutura ajuda a garantir um evento de sucesso. Ainda mais importante, ele fornece a base para um legado duradouro. Anfitriões que planejam cuidadosamente seus eventos integrando-os aos planos existentes para os transportes e outras infraestruturas se destacam daqueles que, sem tempo, acabam criando estruturas que só atendem aos requisitos mínimos do evento. Por exemplo, acabam por construir uma estrada que só serve para o acesso aos estádios, em vez de investir a mesma quantia de dinheiro em projetos que também atendam às exigências do evento e de toda a sociedade, ao melhorar a sua rede de transportes em geral. (DELOITTE, 2010, p. 11)

Além do que, a imposição da FIFA para alcançarmos o “padrão” necessário já trouxe consequências negativas e visíveis ao país. A retirada de moradores do entorno dos estádios ou dos aeroportos corrobora a tese de que o Brasil cedeu às pressões e passou por cima da legislação local, para atender aos anseios das entidades como a FIFA ou o COI.

Segundo Braga (2012), é consenso entre as organizações populares que “as obras para a realização da Copa do Mundo e da Olimpíada estão literalmente passando em cima de comunidades e dos direitos dos cidadãos e cidadãs”. Ainda conforme a autora, as famílias muitas vezes são removidas para “fazer faxina” ou, então, uma “limpeza social”, ferindo os direitos humanos. As autoridades responsáveis justificam essa remoção pela urgência, pelos prazos e por um motivo de forte apelo simbólico para os brasileiros: o futebol. Um exemplo é a forma como muitas famílias estão sendo removidas de suas casas para adequações das vias urbanas e arenas. (MARCELLINO, 2013, p.202)

Outro tema é o turismo. O Brasil sempre foi ponto turístico para muitos estrangeiros. Nossas belas praias, o clima tropical e a hospitalidade conhecida no mundo inteiro ganharam a companhia da falta de preparo, da malandragem excessiva e da corrupção. Ainda que estes já estivessem presentes e fossem debatidos, nunca foram tão realçados como agora.

Isso sem contar os acidentes nas obras dos estádios, que resultaram na morte de diversos funcionários. A falta de atendimento às normas trabalhistas surgiu a partir da necessidade de agilidade das obras. Era preciso correr para entregar os estádios prontos, afinal, sem eles não há jogo. Só que para “apressar o passo”, foram deixados de lado itens essenciais à segurança do trabalhador.

O debate entre os que defendem a causa “não vai ter copa” e os que afirmam “vai ter copa” está superado. Afinal, haja o que houver, o evento não vai acontecer, ao menos no sentido originariamente imaginado, como instrumento apto a gerar lucros e dividendos políticos “limpinhos”, como se

costuma dizer, pois não é mais possível apagar os efeitos deletérios que a Copa já produziu para a classe trabalhadora brasileira. É certo, por exemplo, que para José Afonso de Oliveira Rodrigues, Raimundo Nonato Lima Costa, Fábio Luiz Pereira, Ronaldo Oliveira dos Santos, Marcleudo de Melo Ferreira, José Antônio do Nascimento, Antônio José Pitta Martins e Fabio Hamilton da Cruz, mortos nas obras dos estádios, já não vai ter Copa! Aliás, a Copa já não tem o menor valor para mais de 8.350 famílias que foram removidas de suas casas no Rio de Janeiro, em procedimento que, como adverte o jornalista Juca Kfoury, no documentário, A Caminho da Copa, de Carolina Caffé e Florence Rodrigues, “lembram práticas nazistas de casas que são marcadas num dia para serem demolidas no dia seguinte, gente passando com tratores por cima das casas”. (SOUTO MAIOR, 2014)

Ainda não é possível quantificar o preço da elitização do futebol brasileiro ou o legado deixado. A discussão ainda perdurará alguns anos, mas a partir dos elementos apresentados, é fácil concluir que a Copa saiu muito mais cara do que imaginávamos.

CONCLUSÃO

A elitização do futebol brasileiro é prejudicial ao Brasil, à nossa cultura e ao próprio futuro do esporte. O objetivo inicial deste trabalho era tornar mais claras, as consequências desta mudança estrutural promovida a partir da vinda da Copa do Mundo para o país. Observar aspectos positivos e negativos, e analisar o legado ideal e real que iremos ter com o megaevento. E se no início, meses atrás, a visão era pessimista, após investigação detalhada dos fatos aqui apresentados, a avaliação é ainda pior.

O futebol brasileiro é atrasado, pobre e corrupto. A modernização era indispensável para reavermos o nosso direito de termos, no “país do futebol” um campeonato competitivo, com clubes do mais alto escalão mundial. A Copa do Mundo parecia a oportunidade perfeita para mudanças necessárias e profundas. Porém, o que se viu foi uma sucessão de irregularidades e potencialização das piores manobras políticas, sociais e culturais.

O Governo errou, e errou feio. Desde a submissão às regras da FIFA, passando pelos escândalos de corrupção e pela falta de planejamento na infraestrutura. Ao longo do texto, buscou-se elucidar os fatos que levaram o Brasil a situação atual, mas, infelizmente, a única conclusão que podemos chegar é de que não há outro culpado que não o próprio brasileiro. Ainda que a entidade máxima que comanda o futebol tenha culpa no cartório, ela só chegou a este grau extremo de comando porque “emprestamos” o nosso país a eles. E o pior de tudo, nós é que pagamos o aluguel. Sim, pois se o legado econômico da Copa do Mundo é uma incerteza, sendo cogitada por muitos especialistas a possibilidade de passarmos por situações adversas, o lucro da FIFA está garantido.

O desrespeito marcante ao longo destes sete anos da escolha da sede até o evento mostra a fraqueza brasileira de se impor como nação, como governo e como país. A falta de planejamento também nos leva a outra triste constatação: o “jeitinho brasileiro” existe, e agora o mundo todo sabe disso. A combinação do “não faça hoje o que se pode fazer amanhã” combinada com a malandragem de nossos políticos nos leva a um cenário atual indesejado.

E as novas arenas encabeçam essa triste constatação. O espaço moderno que prometia mais segurança, conforto e lazer transformou-se em um local reservado a uma elite acostumada a pagar caro por espetáculos grandiosos. O valor abusivo do ingresso cobrado durante todo o ano de 2013 em partidas do Campeonato Nacional já reduziu o número de torcedores presentes.

O esporte que está no coração de milhões de brasileiros, hoje já não desperta o mesmo interesse que anos atrás. A Copa do Mundo realizada no país parece mais sem graça do que as anteriores, em que acompanhávamos nossa seleção apenas pela TV.

As cidades-sedes não estão prontas. Se o mundo não vai perceber com a mesma clareza que nós, é porque houve uma maquiagem social. Aeroportos, entornos dos estádios e grandes hotéis. O pobre, além de não ter condições financeiras para participar ativamente da Copa do Mundo, frequentando as arenas e torcendo pela seleção, ainda se viu, em alguns casos, excluídos de sua própria casa.

Tudo isso para satisfazer às câmeras de alta definição que irão comandar o show. Não é possível conceber estádios do mais elevado padrão ao lado de moradias populares, nem imaginar que as vias que levam os ônibus das seleções dos aeroportos para os hotéis estejam repletas de “mendigos”.

O único espaço que lhes sobrou na construção dessa cidade para “inglês ver” foram nas obras dos estádios. Trabalhadores de todo o país correram contra o tempo para entregar o palco do show de junho e julho. Para isso, porém, sofreram e muito. Acidentes de trabalho que resultaram em mortes por falta de proteção e segurança daqueles que se esforçavam de verdade para a Copa sair como planejado.

O futebol, que cresceu nas ondas do rádio e nas linhas da crônica do jornal, muda de campo. Se hoje, ele desperta o interesse de tanta gente da elite, é porque o povo o transformou em um verdadeiro espetáculo.

A popularização do futebol o alavancou em uma das mais legítimas manifestações culturais do Brasil. A identidade nacional em campo é motivo de

orgulho para o povo, e espaço em que as lamentações das dificuldades vividas no dia a dia do brasileiro ganham um pouco de graça. Se hoje somos penta campeões e favoritos em todo o torneio que disputamos, se hoje temos a melhor “safra” de jogadores e contamos com prestígio no mundo todo é porque a camada popular fez crescer o esporte.

Não deveríamos furtar o que é seu por direito. Pelo contrário! Em tempos de modernização, o legado mais importante que poderíamos almejar era qualidade de vida, para todas as classes sociais. E isso inclui uma cidade bem estruturada do aeroporto à rodoviária central. Do condomínio de luxo à periferia. Das luxuosas salas *vips* à manutenção das arquibancadas.

O ano de 2014 deixou o futebol mais sem graça. O espaço da classe social mais baixa não existiu na Copa, mas ainda há tempo para corrigir o rumo mal traçado em um planejamento ineficaz, construindo um legado posterior ao evento. Para isso, é preciso que os detentores do poder estudem um pouco de história, e planejem melhor o futuro do esporte e da sociedade. A elitização do futebol brasileiro não é apenas um tiro no pé do próprio país, é também um tiro nas costas de quem o ergueu no Brasil.

REFERÊNCIAS

- AMIGOS, Caros. **A Copa do Mundo é nossa?** São Paulo: Caros Amigos, 2013.
- ANCOP. **Dossiê da Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa. Megaeventos e violações de Direitos Humanos no Brasil:** ANCOP, 2011.
- AZEVEDO, Carlos; REBELO, Aldo. **A Corrupção no Futebol Brasileiro.** Santa Catarina: Motrivivência, 2002.
- BARROS, Turíbio. **Jogos na Copa do Mundo: 13 horas no Nordeste?** 25/6/2013. Disponível em: <http://drturibio.com/2013/06/25/jogos-da-copa-do-mundo-13-horas-no-nordeste/>. Acesso em: 23 de abril de 2014.
- BDO. **Finanças dos clubes brasileiros e valor das marcas dos 17 clubes mais valiosos do Brasil.** 2012.
- BDO. **Indústria do Esporte:** futebol, a maior paixão dos brasileiros. 2011.
- BETTING, Erich. **Promoção de ingressos faz São Paulo faturar R\$ 1 milhão a mais.** Disponível em: <http://negociosdoesporte.blogosfera.uol.com.br/2013/09/30/promocao-de-ingressos-faz-sao-paulo-faturar-r-1-milhao-a-mais/>. Acesso em: 4 de fevereiro de 2014.
- CAETANO, Marcos. **Escândalos e Jabás.** Rio de Janeiro: Jornal do Brasil, 2006.
- CASTELLARI, Ademir. **O tradicional e o moderno no futebol brasileiro:** do moderno e de elite a uma moderna elitização. São Paulo: PUC, 2010.
- CORREA JUNIOR, Raphael de Araújo. **No país do futebol:** As implicações do avanço do capitalismo no Brasil e sua influência no esporte mais popular do planeta. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- DA MATTA. **Futebol: ópio do povo x drama de justiça social.** São Paulo: 1982, p. 54-60.
- DELOITTE. **Brasil, bola da vez:** Negócios e investimentos a caminho dos megaeventos esportivos. São Paulo: 2010.

DIAS, Cleber. **História política do futebol brasileiro – Resenha**. Campinas: Unicamp, 2008.

DINIZ, Anna. **A epopeia do futebol e a construção de heróis nas crônicas esportivas de Nelson Rodrigues**. São Luís: UFMA, 2010.

FERREIRA, Fernando. **Elitização dos estádios: um tiro no pé**. São Paulo: Pluri Consultoria, 2013.

FLEURY, Fernando. **Elitização dos estádios de futebol: um caminho sem volta**. 25/5/2012. Disponível em: http://www.campanhas.mobi/mobile/espn/blg-col-noticiaip.php?id_bc=258970. Acesso em: 13 de março de 2014.

FOER, Franklin. **Como o futebol explica o mundo: um olhar inesperado sobre a globalização**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

GASTALDO, Édison. **“O país do futebol” mediatizado: mídia na Copa do Mundo no Brasil**. Porto Alegre: Sociologias, 2009.

GLOBOESPORTE.COM. **Blatter: ‘Brasil é o país com mais atrasos desde que estou na Fifa’**. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/01/blatter-brasil-e-o-pais-com-mais-atrasos-desde-que-estou-na-fifa.html>. Acesso em: 12 de abril de 2014.

HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio. **Futebol, jornalismo e ciências sociais: interações**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera. **Teorias da Comunicação**. 11. Ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

INTERATIVO, Esporte. **Copa das Confederações é marcada por onda de manifestações na maioria das partidas**. Disponível em: <https://br.esporteinterativo.yahoo.com/noticias/copa-das-confedera%C3%A7%C3%B5es-%C3%A9-marcada-por-onda-de-manifesta%C3%A7%C3%B5es-181404460.html3JOwnw6o7AI> Acesso em: 6 de maio de 2014.

JENNINGS, Andrew. **Entrevista: Programa Bola da Vez – ESPN**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=3JOwnw6o7AI> Acesso em: 4 de fevereiro de 2014.

JENNINGS, Andrew. **Jogo Sujo – O Mundo secreto da FIFA: compra de votos e escândalo de ingressos**. 1. Ed. São Paulo: Panda Books, 2011

LANCENET. **Alta dos ingressos e elitização dos estádios ligam alerta no futebol brasileiro**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=A5M9uUKI7g43JOwnw6o7AI> Acesso em: 13 de março de 2014.

LEONCINI, Marvio; SILVA, Márcia. **Entendendo o Futebol como um Negócio: um estudo exploratório**. São Paulo: Gestão & Produção, 2005.

MADRIGAL, Daniel. **Futebol narrado no rádio e na televisão: As vozes da Paixão Brasileira**. São Paulo: Anhembi, 2009.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Legados de megaeventos esportivos**. Campinas: Papyrus, 2013.

MÁXIMO, João. **Memórias do futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: 1999, p. 183 e 184.

MOSCA, Hugo. **Fatores Institucionais, e Organizacionais que Afetam a Profissionalização da Gestão do Departamento de Futebol dos Clubes**. São Paulo: PUC, 2006.

NOGUEIRA, Armando. **Na grande área**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Lance, 2008.

PEREIRA, Mauro Cezar. **Texto, fotos, vídeos e a música que marca a solidariedade: tudo o que você precisa saber sobre a maior tragédia do futebol**. Disponível em: http://espn.uol.com.br/post/404662_texto-fotos-videos-e-a-musica-que-marca-a-solidariedade-tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-maior-tragedia-do-futebol?_ga=1.222862939.1357664347.1399424678. Acesso em: 19 de abril de 2014.

RODRIGUES FILHO, Mário. **O negro no futebol brasileiro**. 4. Ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 121.

RODRIGUES, Francisco. **A Lei Pelé e o Futebol-Negócio no Brasil**: uma breve porém crítica análise sociológica. Mato Grosso: UFMT, 2007.

RODRIGUES, Nelson. **A Pátria de Chuteiras**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

SANTOS, Daniel. **Futebol e política: a criação do Campeonato Nacional de clubes de futebol**. Rio de Janeiro: FGV, 2012, p. 26.

SANTOS, Luiz. **A evolução da gestão no futebol brasileiro**. São Paulo: FGV, 2002.

SENA, Henrique. **Elitização das torcidas nos estádios**: uma questão histórica. 2/9/2013. Disponível em:

<http://www.ibahia.com/a/blogs/ibahiafc/2013/09/02/elitizacao-das-torcidas-nos-estadios-uma-questao-historica/>. Acesso em: 4 de fevereiro de 2014.

SOUTO MAIOR, Jorge Luiz. **A Copa já era!** Disponível em: <http://blogdojuca.uol.com.br/2014/04/a-copa-ja-era/>.

SPORTV Repórter. **'SporTV Repórter' mostra legado dos Jogos Olímpicos de 2008 para Pequim**. Disponível em: <http://sportv.globo.com/site/programas/sportv-reporter/noticia/2012/12/sportv-reporter-mostra-legado-dos-jogos-olimpicos-de-2008-para-pequim.html>. Acesso em: 4 de fevereiro de 2014.

TERRA. **Polícia exige cadeiras em espaço da Geral na Arena do Grêmio**. Disponível em: <http://esportes.terra.com.br/futebol/policia-exige-cadeiras-em-espaco-da-geral-na-arena-do-gremio,f4c8ba6c5624b310VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>. Acesso em: 6 de maio de 2014.

TORRES, Sílvio. **Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a apurar a regularidade do contrato celebrado entre a CBF e a Nike**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2001.

TOSTÃO. **A perfeição não existe**: paixão do futebol por um craque da crônica. 1.Ed. São Paulo: Três Estrelas, 2012.

UOL. **Juca e Birner elogiam seleção e criticam elitização do futebol no Tabela**. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2013/06/10/juca-e-birner-elogiam-discretamente-a-selecao-e-criticam-elitizacao-do-futebol-no-tabela.htm>. Acesso em: 6 de maio de 2014.