

ARTIGO

Economia do Futebol do Brasil: a favor de melhores evidências

HUGO RODOLFO LOVISOLO

Economia do esporte: considerações iniciais

Economia e esporte são termos ambíguos, ainda que estejam por toda parte e sejam usados com facilidade por todos. Em famoso debate, que faz quase cinquenta anos, um economista irônico declarou, diante das dificuldades de se chegar a um consenso na definição, que “economia é aquilo que os economistas fazem”. O mesmo poderia ser dito da engenharia, da comunicação ou da odontologia, para citar apenas alguns casos e, também, do esporte. A questão que interessa é se os economistas se dedicam ao estudo sistemático do esporte a partir de seus conhecimentos específicos? A

disciplina “economia do esporte” estaria integrada nos currículos de formação dos economistas como, por exemplo, “economia da energia” ou “economia industrial”? Creio que se olhar para os currículos a resposta será negativa em termos gerais, embora aqui ou acolá existam grupos que pesquisam a economia dos esportes, não raro, a pedido de organizações esportivas ou de empresas que visualizam o esporte quer como campo de produção (Adidas, Nike ou o estudo sobre vôlei feito pela FGV, como exemplos) quer como campo de investimento publicitário (cervejas, em especial).

Dois significados se impõem na palavra economia. No sentido popular e básico, economia significa o ato de economizar. Assim, há donas de casa que sabem economizar e seus maridos têm orgulho do que conseguem realizar com recursos escassos. Alguns maridos também economizam fazendo, por exemplo, pequenos reparos na casa, no carro ou nos artefatos que

usam. Economia implica então usar os recursos limitados da melhor forma possível, mas também, não gastar a moeda pagando a mais ou pagando por aquilo que pode ser feito sem gasto monetário. Não saberia dizer, como Gramsci parece pensar, que todo homem é filósofo, Agora, tudo indica que a maioria das pessoas é economista ou econômica e vive atenta para economizar. Mais ainda, as pessoas ficam contentes quando acreditam que fizeram uma “economia”, isto é, gastaram menos moeda do que deviam gastar por um objeto ou serviço. Existem, contudo, os gastadores e consumistas, e que não são olhados sem suspeita e crítica.

A economia, então, seria uma arte de se arranjar com meios escassos diante de finalidades que exigiriam muito mais (matérias primas, trabalho ou pagamento em moeda) para serem realizadas. Digamos que se trata da economia substantiva. O filme *Mudando o Jogo* seria um caso típico do sentido básico do que entendemos por

economia. O manager de um time de beisebol diante da perda de atletas fundamentais e da falta de recursos monetários para contratar figuras importantes impõe uma nova forma de composição da equipe baseada em probabilidades estatísticas. Após vários confrontos negativos, consegue realizar uma série de 20 jogos ganhos de forma consecutiva, atinge um recorde, embora perca na final. Seu prestígio cresce e também o entendimento de que existe uma forma inovadora de gerenciar o beisebol combinando indicadores estatísticos de desempenho com uma visão de conjunto do jogo, e não como somatório de posições, e com um orçamento comparativamente muito baixo. Outro famoso time, a partir de aproveitar a inovação metodológica, conseguirá ganhar o campeonato americano dois anos depois. Assim, a economia aparece como um tipo de arte que pode ser praticada por economistas e não economistas. Sob o ponto de vista da metodologia

proposta no filme, o Flamengo talvez não tivesse feito o contrato que fez com Deivid, com seus problemas correlatos que são de domínio público. Já com Ronaldinho Gaúcho a coisa é diferente, pois, houve empresas interessadas na sua contratação que seria um bom negócio para elas. Parece que Ronaldinho Gaúcho vale por aquilo que as empresas estão dispostas a pagar e não pelas estatísticas de seu desempenho. Digamos que seu valor deriva da “imagem” construída, então, se paga pela imagem. Isto parece que ajuda e complica em um mesmo movimento a vida do gestor do futebol.

O segundo sentido parte do pressuposto da escassez e pode ser abrangido pela expressão de “economia formal”, supostamente uma ciência que se ocupa da dinâmica do mercado, ou seja, dos efeitos da oferta e da demanda de qualquer bem escasso em termos de preço ou de equivalência entre os bens. Em ambas as definições, a ação se sustenta na

suposição de que dominam a raridade dos meios para se atingir as finalidades humanas e, por debaixo delas, as famosas preferências dos consumidores se expressaria nos preços pagos por produtos e serviços.

A diferença principal pareceria estar em que a economia das donas de casa não se ensina na universidade, nem provoca prestígio acadêmico nem entra no mundo dos negócios. A economia formal se ensina nas universidades, cria prestígio acadêmico e forma parte do mundo dos negócios.

O esporte é uma atividade cuja finalidade original é a de ser um passatempo, uma forma de se divertir, enfim, uma atividade boa para combater o tédio (Lovisoló, 2002 e 2003). O esporte pode ser visto como uma atividade que gera prazer no processo de sua realização a partir de bens não duráveis (Hirschman, 1983). Quando o jogo ou a ação esportiva é concluído pode nos deixar a satisfação da participação, como jogador ou espec-

tador, porém o prazer acaba. A satisfação de lembrar o jogo não se iguala ao prazer de tê-lo jogado ou de tê-lo assistido. O esporte possui a virtude de dar prazer a muitos que não o praticam, que são meros assistentes, porém que se emocionam no seu decurso e no refinamento de suas alternativas (Elias e Dunning, 1992).

A disposição de pagar por assistir forma a base do negócio do esporte. Alguém tem que pagar para que o assistente assista: ele mesmo, os Estados ou os particulares interessados em associar seus emblemas de marca de empresas ou produtos aos eventos desportivos e aos desportistas. A popularidade do esporte em geral, e do futebol em particular no Brasil, levou a pensar que o “torcedor” podia ser transformado em um consumidor de produtos ou em alguém que se torna fiel a uma marca porque ela apoia seu time. Este último aspecto é discutível e as evidências não são unívocas, entretanto, não é objeto deste artigo. Também seria

muito interessante saber como e quanto as empresas que investem no esporte estimam serem seus retornos. Seria muito interessante se pudessemos partilhar tal tipo de dados.



Historicamente chegamos a concluir que a dedicação intensiva a uma atividade gera excelência. Valorizamos a dedicação ao treinamento. Isto leva quase que necessariamente a que o praticante deve viver da atividade para poder aumentar sua excelência, isto é, se torne um profissional. Se Bach tivesse tido que construir casas ou plantar para viver sua obra talvez não existisse. De fato, poderíamos ter optado por alternativas outras, por exemplo, aceitar que é melhor fazer várias coisas de forma regular do que uma de forma excelente. Bach, então,

poderia ter tocado nas festas da família e trabalhado na lavoura. Há pessoas que se encaixam muito bem no modelo de várias atividades e algumas delas podem produzir bens que não se destinam a serem trocados ou vendidos no mercado. A pelada do sábado pode ser um bem que contribui ao bem-estar dos participantes, contudo, ela não gera produtos ou serviços para o mercado, embora possa implicar gastos em equipamento e aluguel de instalações, ou seja, consumo. Geramos, no entanto, muitos bens e valores que não passam pelo mercado e, as donas de casa, por exemplo, são especialistas nessa geração. Muitos se queixam porque este tipo de produção econômica não entra no cálculo do PIB. De modo geral, os especialistas, como as empresas, geram bens que passam pelo mercado, bens que são precificados e entram no PIB.

No caso da atividade esportiva, como em outros casos, chegamos rapidamente à conclusão de que os

esportistas ou especialistas, e os que o apoiam, devem receber para se dedicar com exclusividade ao refinamento ou aumento da excelência do esporte.

O mercado ficou montado e se expandiu. Transporte e comunicações foram fundamentais para sua internalização ou globalização. Formaram-se associações encarregadas de sua regulação. O jornalismo esportivo cresceu vertiginosamente, estimulando o esporte, a assistência e o valor de pagar por sua realização (Lovisolo, 2011). As empresas viram no esporte um campo de publicidade e de produção para o consumo dos esportistas e seus admiradores. O “Sport”, como palavra e atitude, como estímulo e consumo, passou a ser uma força significativa no mundo. Produção, comércio e serviços se entremearam no negócio do esporte.

O aumento da produtividade no mundo gerou mais tempo livre, portanto, maior possibilidade de se entediar e como consequência abriu as portas

para a produção dos passatempos, dos entretenimentos, das atividades antitédio em escala industrial. O que se passou com o cinema, e tantas outras atividades antitédio, também se passou com o esporte.

Na mídia ganhou crescente importância o que denominamos de “capital futebolero”. As informações da mídia e suas discussões nos levam quase automaticamente a pensar que estamos em um campo econômico muito importante. A seguir, desenvolveremos argumentos e apresentaremos evidências que indicam que, no Brasil, essa visão merece ser tratada com um espírito crítico, jocoso e irônico, que dimensione melhor as apreciações quase automáticas que temos sobre a economia do esporte e em particular do futebol em nosso país.

Sobre o capital futebolero

O trânsito crescente carregado do Rio de Janeiro me obriga a aguardar pacientemente nesse nó que é Praça da Bandeira. Ligo o rádio na frequência

da CBN. No programa “Quatro em campo”, os colegas jornalistas discutem a transferência do Paulo Henrique Ganso para o time do Porto. Expressam a opinião de que ele está ansioso por jogar na Europa e também que vale mais que aquilo que está sendo ofertado pelo “comprador”. Um dos jornalistas disse que, pelo menos, valeria um “zero a mais” do oferecido. Creio que não entendi bem, pois, um zero a mais significa multiplicar por 10. Ou seja, se estavam sendo oferecidos 9 milhões, da moeda que se quiser, significa passar para noventa. Creio que devo ter escutado mal, embora estivesse com janelas fechadas e o ar ligado. Meu problema geral, contudo, é como se chega ao valor de transferência de um jogador? Quanto e como se estabelece o valor de um jogador de futebol? Quanto deveria valer o Ganso?

As conversas e discussões sobre o valor dos jogadores refletem assombro, satisfação e revolta. Assombro quando o interlocutor se pergunta:

como uma vida útil relativamente curta, e sujeita a percalços de todo tipo, pode implicar investimentos tão altos. Isto é, como se chega ao preço? É difícil ampliar, sem mudanças, a lógica do mercado do tomate para as ações ou para jogadores de futebol para dar conta, como se diz agora, da “precificação”. Eu partilho do assombro. A segunda posição expressa uma grande satisfação, sobretudo, quando o valor pactuado pode ser incluído no recorde internacional. Os jornalistas, porém não apenas eles, teriam muito tema de conversas se o Neymar fosse transferido com o maior preço até agora pago por um jogador nacional. Uma parte de nossa “pátria de chuteiras” ficaria enobrecida e engrandecida (Helal, Lovisolo e Soares 2001 e 2011). A terceira atitude é de revolta, pois, a venda para o exterior é vista como “descapitalização” da qualidade do jogo praticado no Brasil. Os “revoltados” ficam felizes se Neymar não é vendido e continua jogando no Santos. Contudo, é pos-

sível que ele não tenha sido vendido pura e exclusivamente por que não se chegou a algum acordo sobre seu preço. Talvez o Santos pedisse demais? Talvez os interessados achassem que a rentabilidade do capital solicitado não fosse suficiente? Estamos de novo na questão de investimentos, preços e rentabilidade. Na terça-feira (07-02-2012) assisti ao programa “Entre aspas” (SPORTV) que peguei já começado. Os três participantes estão dizendo que o valor dos jogadores dos times do Brasil, digamos dos que cotizam na bolsa fictícia ou imaginária das negociações, é de um bilhão. Comparam o valor com os da Argentina que seria de 0,4 e os do México de 0,5. Um dos jornalistas manifesta o temor de que estejamos em uma “bolha” e agrega que o valor de Neymar seria de 120 milhões, isto é, 12% do total do capital em jogadores dos times do Brasil que contam. Isto indicaria uma concentração considerável na distribuição dos valores.

Imaginemos que um brasileiro tivesse 12% do capital nacional. Isto seria bom? A concentração seria boa? Isto indicaria uma situação de desenvolvimento ou ao contrário, de subdesenvolvimento e pobreza? De fato, os países em que alguém concentra 12% da renda não são países ricos. Ao contrário, a alta concentração está associada com subdesenvolvimento e, não raro, com monoprodução.



No caso de Neymar, seu valor é pelo futebol que joga ou por ser uma pessoa midiática que partilha e expressa o sentimento brasileiro da alegria, juventude, simpatia, improvisação e criatividade? Diria que Lula, uma pessoa também altamente midiática, expressa os mesmos valores. Escutei várias vezes as

pessoas dizerem que Lula é o brasileiro que todos gostaríamos de ser. Contudo, não “precificamos” o presidente Lula. Ninguém aparentemente pode pagar pela sua transferência. O sistema político partidário é competitivo, contudo, não temos um ranking com o valor de cada político ou com o valor agregado de seu quadro dirigente. Podem existir formas políticas de pagar a transferência entre partidos, no entanto, ela não está precificada e parece que ninguém tem interesse em fazer os cálculos. Assim, nem toda competição pareceria desaguar na precificação.

Um dos jornalistas realizando uma comparação que não explicita, transmite que a situação do México implica maior desvalorização do capital futebolero que no caso argentino. O tema econômico está em pauta, porém, faltam esclarecimentos e apreciações fundamentadas. Não diz que o crescimento do PIB mexicano anda muito bem quando comparado ao brasileiro nem que no México fazer

uma firma leva poucos dias e no Brasil meses. Compara sem contextualizar. Será que o crescimento mexicano abre campos de negócios mais interessantes que o futebol?

Surgem dois problemas: a) como se calcula o valor dos jogadores e b) quais os indicadores para serem feitas as comparações de capitalização no futebol entre países.

Após os programas, continua sendo um mistério para mim sobre como se realiza o cálculo do valor de cada jogador. Uma possibilidade é que o valor seja calculado a partir das cláusulas de multa contratual. Contudo, voltamos ao começo, pois, como se calcula o valor da multa contratual? Ou seja, Neymar pode ter assinado que se não cumprir com seu contrato, de três ou seis anos, por exemplo, a quebra implicará pagar uma multa considerável. A multa implica pressão para que Neymar não desista do Santos e se transfira para outro clube ou para que o interessado na transferência pague o estipulado no

contrato. A multa estabelece, portanto, uma coação econômica anterior ao momento da saída ou transferência. Contudo, será que o valor do jogador é o mesmo no antes e no depois?

É sabido que as multas contratuais podem e quase sempre devem ser negociadas para que se efetivem. A multa é uma dívida e os credores das empresas de praxe a negociam mediante reduções de prazos. Na própria justiça de trabalho são negociadas as dívidas patronais e, hoje, até o FGTS não depositado se paga dessa forma e os clubes usam e abusam desse recurso.

Suponhamos, coisa que espero que jamais ocorra, que Neymar fique “doentinho” por um ano. De fato, o técnico do Santos reclama pelas faltas que sofre Neymar, pelo modo que é “caçado” e solicita maior vigilância e punição por parte dos árbitros. Ou seja, lesões é um risco real e caso ocorram acidentes, lá se vai o alto valor da multa por falta de interessados em seu pagamento. Mais ainda,

qualquer jogador, “*Teymar*”, por exemplo, pode cair de rendimento de forma voluntária ou involuntária ou ficar lesionado, de forma intencional ou não intencional, certamente o valor da multa cairá ou poderá se negociado por um valor bem menor ao contratual. “*Zeymar*”, por outro lado, com multa de 5 milhões começa a jogar “barbaridade”. A multa pode ficar pequena, muito pequena e aí vão as negociações e as propostas de novo contrato. Caso contrário, “*Zeymar*” pode arranjar um time que pague alegremente a multa.

Tenho a impressão que depende da forma do cálculo o grau de “ficção” do valor dos atletas do futebol. A “ficção” parece ser uma estimativa e sabemos que as estimativas são apenas isso, estimativas. Nossa presidenta estimou e prometeu fazer 6.000 creches com entusiasmo e sinceridade. Uma mulher presidenta deve entender e sentir o valor das creches para as crianças e suas mães. Os jornais informam que a promessa

ou estimativa não saiu do papel e, como na famosa anedota sobre de Garrincha, parece que ela se esqueceu de combinar com os zagueiros, isto é, com as prefeituras ou, melhor ainda, estimou que elas entrassem de cheio na sua generosa e necessária proposta. A estimativa, entretanto, não andou.

Creio que a análise sobre como são feitas as estimativas do valor dos jogadores e o grau de seu desvio, para cima ou para baixo, daria lugar a um excelente trabalho de economia aplicada.

O segundo problema: significado do capital futebolero de 1 bilhão. O Itaú-UNIBANCO teve recorde de lucro, quase 15 bilhões (O Globo, 08/02/2012). O capital em futebol parece pequeno com a magnitude desses lucros. Outra comparação, o Brasil tem um déficit de 1,5 bilhões no intercambio com México na rubrica automotriz e nosso país parece incomodado, pois, como todos, pretende que o saldo seja em nosso favor.

Todos os países gostariam de ter saldo comercial positivo, porém, para que isso ocorra, outros deverão ter considerável saldo negativo. Parece que o Brasil se irrita quando a Argentina “chicaneia” para reduzir sua importação verde-amarela. Entretanto, o governo aumenta o IPI da China para se defender em ramos da indústria nacional (automotriz e têxtil, como exemplos). O jornalismo econômico acompanha a balança comercial brasileira de modo privilegiado e certa ansiedade se manifesta quando as importações crescem a ritmo mais acelerado que as exportações. Por sorte, a entrada de capitais pode compensar a insuficiência na saída de produtos. Não fiquemos tão contentes, pois, a entrada de capitais valoriza o real e isto dificulta a saída de produtos. O equilíbrio parece difícil de se alcançar.

Voltemos ao futebol. Seria interessante visualizarmos a curva do saldo entre exportações e importações de jogadores nos últimos 30 anos, por

exemplo. Enfatizo o ponto: quando comparamos com o lucro de Itaú ou com saldo negativo no comércio com o México de automóveis pareceria que um bilhão é pouca coisa.

Vejam a comparação entre países, no caso, Brasil um bilhão e Argentina 0,4. O Brasil tem quatro vezes e meia a população de Argentina, então, se o capital no futebol fosse proporcional à população, deveria ter um capital futebolero de 1,8 bilhão. Estamos distante disso, falta oitenta por cento. Alguém poderia computar as importações de jogadores argentinos pelo Brasil e suas exportações para o país irmão. Eu não tenho dados numéricos válidos, mas tenho a impressão de espectador que os argentinos exportam mais para nós que a recíproca. E, mais ainda, mandam jogadores que se tornam ídolos das torcidas brasileiras apesar das “inimizades” com os irmãos propagadas e promovidas pelo jornalismo esportivo. Agora penso que o nome de fantasia de *Zeymar*, que usei acima,

talvez seja a história real de Conca. Como é sabido, ele foi para China após jogar “barbaridade” no Brasil tornando-se ídolo da torcida do Fluminense.

Agora, quais são as razões para que o “país do futebol” necessite importar jogadores? Quais são as razões se pensamos que somos um celeiro de jogadores de futebol? Por aqui, o jogador de futebol não teria razão para ser um bem escasso, raro e, portanto, valioso, como supomos que ocorre na Europa. Se formos um celeiro de jogadores, e os bons seriam tão abundantes quanto o ar, não deveriam valer nada por não serem escassos, diria o bê-á-bá da economia. Alguma coisa não está certa, talvez não sejamos um celeiro tão produtivo quanto imaginamos e daí o valor dos jogadores, ou talvez operemos com preços internacionais. Deveríamos exportá-los a todos? De novo, os preços parecem ficcionais. Ou seja, dependendo das comparações podemos pensar que o capital

futebolero é significativo ou que é ‘conversa para gringo ver’ e, em segundo lugar, poderíamos minorar o sentimento de “grandeza” do futebol nacional. As chuteiras talvez sejam menores em tamanho econômico do que o comentado pelos jornalistas. Daí o temor da bolha.



Futebol: uma economia auto-vampira?

A PLURI CONSULTORIA (economia, *sport business* e inteligência de mercado) é uma empresa que avalia o valor dos jogadores de futebol. A PLURI elaborou um software próprio, PLURI SOCCERMETRIC, que usa como base o PLURIDATA (o maior banco de dados disponíveis, segundo a consultoria) abrangendo os jogadores e times dos 60 maiores cam-

peonatos do Mundo. Considera 15 variáveis desde a idade até a capacidade de gerar retornos de marketing. Os dados são de natureza dupla: alguns administrativos como idade, força física, condição clínica, histórico de lesões e posição em que joga; outros são de natureza avaliativa ou subjetiva como a qualidade técnica, a disciplina tática e o espírito de equipe. No material não se explicita o peso de cada variável determinante para a avaliação. Fernando Pinto Ferreira é o autor. Supomos que as avaliações qualitativas ou subjetivas são feitas por grupos de expertos, exatamente como no filme *Mudando o jogo*, no qual se destacam os famosos olheiros que reivindicam um domínio específico para estabelecer o futuro do atleta e seu valor. No filme mencionado, o manager tinha como experiência pessoal o quanto os olheiros tinham errado quando o convenceram a se dedicar profissionalmente ao beisebol ao invés de aceitar a bolsa de Stanford que tinha

ganhado. Ele ficou marcado pela experiência do erro cometido pelos olheiros, mas no fundo são tantas as variáveis e suas interações que é difícil acertar. Será que no meio esportivo, como na publicidade, se fala muito mais dos poucos êxitos do que dos numerosos fracassos? Na publicidade, em particular, todos os atores estão interessados em ocultar e esquecer o investimento cujos retornos são inferiores aos custos. O Messi é um caso paradigmático que propulsiona até hoje ao olheiro, hoje empresário, que nele apostou quando ainda era uma criança pequena e franzina. É bem possível que ele não apresente abertamente a lista de seus fracassos, pois é suficiente como prova repetir até o cansaço que descobriu Messi. Os médicos devem esquecer a cirurgia mal feita. O esquecimento pode ser salutar para continuar vivendo e agindo, contudo, pode se tornar um engano e também uma forma de não aprender com as experiências. Quando nos lembramos

apenas do acerto, podemos estar somente diante de um caso de probabilidade e não de uma expertise que torna mais provável o improvável, ou seja, que modifica a aleatoriedade.

A PLURI Consultoria organiza um ranking dos times pelo seu valor e realiza algumas descrições interessantes.

Os 50 times mais valiosos do Brasil têm um valor equivalente a soma dos elencos de Barcelona e Real Madrid (2,8 bilhões de reais). Se pensarmos que Espanha equivale a alguma coisa comparável com São Paulo, teremos que concluir que os nossos times valem pouco. A razão não é explicitada. O Santos seria o time mais valioso, 315 milhões sendo que Neymar representa 40% desse valor. O Santos valeria 26 vezes mais que o Americano, 50º lugar no ranking e cujo valor seria de 12,2 milhões de reais. Uma simples conta: se são 50 times e cada time tem 22 jogadores teríamos 1100 ao todo. Se dividirmos 2,8 bilhões por 1100 dará um valor

próximo de 2,8 milhões por jogador. Ou seja, Neymar vale quase 50 vezes o valor médio! O valor médio dos jogadores do Americano seria próximo a 500.000 reais e os do Santos de 18 milhões aproximadamente (os valores médios da Pluri são 9,8 milhões para o Santos e 0,4 para o Americano e foram calculadas com outra metodologia). As diferenças são gritantes, sobretudo quando consideramos que são times que podem disputar o mesmo campeonato. Se o Americano com o valor de seu plantel consegue permanecer na primeira divisão, os times com grandes orçamentos deveriam lhe render homenagens. A CBF deveria criar um prêmio para os times que se mantém na primeira divisão com os menores orçamentos. Esses times praticam uma boa economia! A torcida do Americano olhando para os grandes poderia perguntar: do que estão rindo? Quanto que custa um gol ou um ponto ao Santos? No entanto, o capital do Santos ganhou a Libertadores, todavia

não foi brilhante no Brasileiro de 2011.

Muitos bilionários brasileiros poderiam comprar os times sem grande esforço de caixa, alguns milionários também. Utilizando 20% do seu lucro de 2011 o Itaú poderia comprar todos os times brasileiros. A GERDAU usando seu lucro, perto de 2 bilhões, compraria 90% dos times aproximadamente. Até a TIM, com lucro de 1,3 bilhões poderia entrar no páreo pisando forte. Isto é fantástico! Os valores do negócio do futebol não parecem ser tão significativos como o imaginamos, sobretudo, a partir do entusiasmo de jornalistas e dirigentes. A comparação entre os estados indica que o maior valor está concentrado em São Paulo, 979 milhões, seguido por Rio de Janeiro 620 milhões e, em terceiro lugar, Rio Grande do Sul com 428 milhões. Do total dos estados do Brasil, apenas 11 estão representados no ranking. Ou seja, 16 estados têm times menos valiosos que o Americano e, o Distrito Federal, sétimo

maior PIB do Brasil, não conta com nenhum time no ranking. Parece que estamos próximos do vampiro brasileiro de Chico Anísio. Mais ainda, que a economia vampira do futebol se chupa a si mesma enquanto não se decida por uma mudança em termos de responsabilidades e, também, de uma relação transparente e eficiente entre futebol e Estado.

O entusiasmo dos jornalistas do canal SPORTV falando da entrevista de Falcão à Placar me fez comprar a revista. Confesso que é a primeira vez que o faço. Na página 20 a revista publica uma matéria sobre o “aquecimento” gerado pelo fenômeno Neymar. Apresenta o crescimento no valor dos contratos do Santos entre 2009 e 2012. Neste ano, o Santos arrecadará (estimativas) 70 milhões em direitos de TV; 30 milhões em patrocínio, 12,5 milhões em material esportivo e 20 milhões de bilheteria. O total ascenderá 132,5 milhões (os sócios crescerão no ano 30%, passando dos 13.000, embora não se apresentem

dados de sua contribuição econômica, talvez por ser não significativa). Ou seja, o valor total a ser arrecadado é bem aproximado do valor de Neymar enquanto jogador! Isto é fantástico! Parece que estamos diante de um ato mágico pelo qual o valor do principal jogador se torna a arrecadação do time ou clube no seu conjunto. É como se a receita de uma empresa fosse equivalente à máquina de maior valor de sua linha de produção! A matéria não fala das despesas. Como os caminhos se fazem andando é bem possível que ao final do ano a conta fique no vermelho. Negócio estranho o futebol!

O futebol produz espetáculo e jogadores. Direitos de TV, patrocínio e bilheteria tem a ver com o espetáculo. Porém, o clube também pode ser visto como uma fábrica de produção ou cadeia produtiva de jogadores, como atividade empresarial que mediante a compra e venda no mercado procura saldos positivos ou excedentes, para não falarmos de “lucro”. Na página 59,

a Placar se refere ao Cruzeiro sob o ponto de vista da compra e venda de jogadores. No ano de 2008 o clube teria arrecadado perto de 33 milhões em vendas, contudo, o déficit foi de quase 25 milhões. No de 2011 a arrecadação beirou os 31 milhões e o déficit foi de 30 milhões. Ou seja, compra muito mais do que vende ou compra a preços superiores aos que vende. Alguma empresa se manteria com essa gestão? Como os clubes sobrevivem?

Os dados levam a desconfiar das esperanças da PLURI que mencionamos acima (economia, negócios e inteligência de mercado). O problema da gestão se torna central. Onde podemos ler a análise jornalística séria da gestão dos clubes? Gostaria de ser informado para me esclarecer. Na página 22 a revista Placar se refere ao dirigente *popstar* do Fluminense, Rodrigo Caetano, que recebe por volta de 300.000 reais mensais para ser diretor-executivo de futebol. Adoraria saber mediante quais

critérios se avalia sua gestão e, sobretudo, qual é sua rentabilidade. De fato, segundo a matéria ele ganha mais que muitos jogadores. Para arrematar, na página 59, o leitor poderá ler os nomes de dirigentes envolvidos em negócios não muito claros: um investigado pelo o Ministério Público e, outro, indiciado pela Polícia Federal. Empréstimos, juros elevados e irregulares cobrados aos seus clubes parecem formar parte do imbróglio.

Lembro que em um curso sobre Marketing Esportivo, que organizamos com Ronaldo Helal, na UERJ convidamos o Presidente do Flamengo, naquela época, Edmundo dos Santos Silva, e toda a equipe de marketing. Saí convencido de que estavam todos imbuídos do totalitarismo da marca (deveríamos usar desde cuecas a lençóis com a marca e cores do Flamengo), com a qual fariam grandes negócios e levariam Flamengo às alturas parnasianas da gestão empresarial. Tenho a impres-

são de que não se chegou aos céus dos negócios, embora lojinhas do Flamengo pipoque pelo Rio de Janeiro!

Pessoalmente, ficaria satisfeito se a gestão se tornasse transparente, os clubes cumprissem com todas suas obrigações legais, sobretudo as sociais e trabalhistas, e no final do mandato o cargo fosse transmitido salientando que não existem dívidas e que todos os compromissos foram saldados. Poderia ficar no caixa um pequeno excedente para pagar as contas miúdas do funcionamento diário.

Creio que chegou a hora de produzir e difundir os dados econômicos que podem gerar apreciações fundamentadas sobre a dinâmica de nosso futebol como negócio: gestão do futebol nos clubes, relações de clubes e organismos agregadores estaduais, nacionais e internacionais e relações dos clubes com o Estado. O jornalismo deveria contribuir com essa tarefa e entender que não se trata de repetir

dados: que a tarefa é analisar como foram produzidos (análise crítica da elaboração) e qual seu significado (mediante comparações que nos ajudem a pensar).

Tenho a impressão de que os alunos de jornalismo não estão muito predispostos a estudar metodologia de pesquisa, estatística e economia. Creio que há uma rejeição não refletida sobre as disciplinas com base ou aporte substancial das matemáticas, lógica, teoria da argumentação e, especialmente, economia. Se esse for o caso, os diplomados pelos cursos de comunicação perderão importância no mercado e, ainda, no campo do reconhecimento social e legal. Outros profissionais deverão se ocupar da economia do esporte.

Referências

Elias, N. e Dunning, *Memória e Sociedade a Busca da Excitação*. Lisboa: Difel, 1992.

Helal R., Soares, A.J. e Lovisolo, H. A invenção do país do futebol, Rido de Janeiro, Ed. Mauad, 2001.

Helal, R., Lovisolo, H. e Soares A. J.G. Futebol, jornalismo e ciências sociais: interações, Rio de Janeiro, Ed.UERJ, 2011.

HIRSCHMAN, A. De consumidor a cidadão, São Paulo, Ed. Basiliense, 1983.

LOVISOLO, Hugo R. Mídia, lazer e tédio, Revista INTERCOM São Paulo, V. XXV, nº2, jul/dez, 2002.

_____. Tédio e espetáculo esportivo, In Alabarces, P. (org.), **Futbologias**, Buenos Aires, CLACSO, 2003, pp241-256.

_____. Jornalismo e esporte; linguagens e emoções, Rio de Janeiro, Revista Corpus et Scienia, Vol. 7, n.2, Nov. 2011.

HUGO LOVISOLO é doutor em *Antropologia Social* e professor da UERJ e da UNISUAM.