



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE ECONOMIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**MARCELO DE OLIVEIRA LIMA**

**ECONOMIA, FUTEBOL E PAIXÃO: O COMPORTAMENTO DO TORCEDOR DO  
ESPORTE CLUBE BAHIA**

**SALVADOR  
2015**

**MARCELO DE OLIVEIRA LIMA**

**ECONOMIA, FUTEBOL E PAIXÃO: O COMPORTAMENTO DO TORCEDOR DO  
ESPORTE CLUBE BAHIA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Ciências Econômicas da Faculdade de Economia da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas

Área de concentração: Economia Regional e Meio Ambiente

Orientador: Prof. Dr. Gervásio Ferreira dos Santos

Co-orientador: Prof. Dr. André Luís Mota dos Santos

**SALVADOR  
2015**

Ficha catalográfica elaborada por Vânia Cristina Magalhães CRB 5- 960

L732	Lima, Marcelo de Oliveira Economia, futebol e paixão: o comportamento do torcedor do Esporte Clube Bahia ./ Marcelo de Oliveira Lima. – Salvador, 2015. 139 f. Il.; quad.; fig.;tab.  Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Faculdade de Economia, Universidade Federal da Bahia, 2015.  Orientador: Prof. Dr. Gervásio Ferreira dos Santos. Co-orientador: Prof. Dr. André Luis Mota dos Santos.  1. Economia do esporte. 2. Futebol - Aspectos econômicos. 3. Esporte Clube Bahia. 4. Torcedor – Comportamento econômico. I. Santos, Gervásio Ferreira dos. II. Santos, André Luis Mota dos. II. Título. III. Universidade Federal da Bahia.
------	--

CDD – 338.47796



FACULDADE DE  
CIÊNCIAS ECONÔMICAS

U B A

COLEGIADO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

**COMISSÃO DE COORDENAÇÃO DO TRABALHO MONOGRÁFICO**

**RELATÓRIO FINAL DE AVALIAÇÃO DO TRABALHO  
MONOGRÁFICO**

**1. IDENTIFICAÇÃO:**

**Aluno :** Marcelo de Oliveira Lima

**Matrícula:** 210106596

**Título da Monografia:** Economia, Futebol e Paixão:  
O comportamento do torce-  
dor do Esporte Clube Bahia

**Data da Apresentação:** 15/06/2015

**Banca Examinadora:**

**PRESIDENTE:** Gervasio F. Santos

**1º Examinador:** Andre Luis Mota de Santos

**2º Examinador:** Pablo Arduela N. Ramos

Dedico este trabalho aos meus pais Adolfo e Maria de Lourdes, minhas irmãs Mariana e Sandy e a minha namorada Milena.

“Somos da turma tricolor  
Somos a voz do campeão  
Somos do povo um clamor  
Ninguém nos vence em vibração

Vamos avante esquadrão  
Vamos serás um vencedor  
Vamos conquistar mais um tento  
BAHIA, BAHIA, BAHIA!  
Ouve esta voz que é teu alento  
BAHIA, BAHIA, BAHIA!

Mais um, mais um Bahia  
Mais um mais um título de glória  
Mais um, mais um Bahia  
É assim que se resume a sua  
história”

Hino do Esporte Clube Bahia

“Sou demasiado cético para não  
levar as lendas a sério”

Chesterton, escritor e ensaísta  
britânico

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por todas as bênçãos alcançadas, pela força e pela luz em meu caminho. A sua forte presença me ajudou a vencer os medos e as dificuldades para a concretização dos meus objetivos;

Aos meus Pais, Adolfo Lima e Maria de Lourdes Lima, fiéis companheiros, o carinho, amor e apoio incondicionais foram essenciais para vencer mais essa etapa. Tenho a certeza de que sem vocês não teria chegado até aqui;

As minhas irmãs Mariana Lima e Sandy Oliveira pelos incentivos, por acreditarem em meu sucesso e pelo apoio em todas as etapas dessa trajetória;

A minha namorada e futura esposa Milena Soledade pelo amor, compreensão e por estar sempre ao meu lado em todos os momentos;

A todos os professores da Faculdade de Ciências econômicas da UFBA por me mostrar os diversos caminhos da Economia e por me proporcionar o amadurecimento científico e acadêmico;

Ao meu orientador Prof. Dr. Gevásio Santos, e co-orientador Prof. Dr. André Mota pela atenção, paciência, acolhimento, apoio, estímulo e contribuições em meu crescimento pessoal e profissional;

Ao Esporte Clube Bahia pela oportunidade, credibilidade e contribuição para o desenvolvimento da pesquisa;

Aos amigos Diego Nunes, Itana Laudano, Ive Gavazza, Joana Fraga, Juliana Lago, Liare Calmon, Rodrigo Pontes e colegas de curso pela troca de saberes e reflexões. Um agradecimento especial a Diego Nunes pela ajuda nas estimações econométricas e pelo apoio dado para a conclusão deste trabalho.

Aos meus amigos, como Danilo Hansen, e demais familiares que sempre estiveram ao meu lado e, portanto, foram importantes por mais essa conquista;

Ao Pablo Ramos, que apoiou e contribuiu para o desenvolvimento desta pesquisa. Como gestor de negócios clube, levou-me para o Esporte Clube Bahia e me deu todas as condições para organizar as informações e desenvolver este trabalho. Sua visão de levar para dentro da

instituição uma pesquisa científica sobre o comportamento econômico do torcedor contribuiu para o enriquecimento da prática gerencial do clube e me propiciou um elevado ganho de formação acadêmica e profissional. Além disso, pude entender através de Pablo Ramos que é possível exercer o mais fino profissionalismo gerencial em um clube de futebol, item este que o futebol brasileiro ainda é carente. Seu conhecimento, discernimento, honestidade, visão gerencial e competência em muito contribuiu para o engrandecimento do esporte brasileiro. Desse modo, guardarei para sempre como registro dessa experiência profissional propiciada por Pablo Ramos de que “é possível fazer do trabalho uma arte”.

Enfim, meus sinceros agradecimentos a todos que de alguma forma contribuíram para a realização dessa pesquisa.



## RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o comportamento econômico do torcedor do time de futebol do Esporte Clube Bahia, a partir da estimação de uma equação de demanda por ingressos para os jogos do time na cidade de Salvador. O trabalho contempla ainda a análise de um conjunto de mudanças estruturais recentes no clube e respectivas influências dessas mudanças no comportamento do torcedor. Dentre as mudanças, destacam-se o retorno e a queda do time à série A do Campeonato Brasileiro, a realização de partidas em um estádio novo e mais moderno e por fim a introdução de inovações institucionais e administrativas no clube após um processo de intervenção judicial. Desse modo, o problema de pesquisa a ser solucionado se constitui em verificar se o torcedor do Bahia é economicamente racional, através da análise da sensibilidade deste torcedor/consumidor às variáveis de preço dos ingressos e renda do trabalho, e se esta sensibilidade se altera diante de diferentes condições do momento do time no torneio disputado e do ambiente de realização das partidas na cidade de Salvador. Para atingir o objetivo proposto, foi utilizada a literatura recente sobre economia do esporte, analisando teoricamente a atividade esportiva de acordo com a sua respectiva natureza e especificidades individuais, sociais e econômicas. Para tanto, foi especificada uma equação de demanda por ingressos, tomando a teoria econômica de *attendance*, para estimar econometricamente as elasticidades preço e renda da demanda, a partir de um banco de dados do respectivo clube, e utilizando a metodologia de cointegração de séries temporais. Os resultados mostraram que o torcedor do Esporte Clube Bahia é economicamente racional. Ao mesmo tempo, também mostraram que este torcedor também é fiel ao time diante de condições adversas ou de maior necessidade de apoio para vencer a partida.

Palavras-chave: Esporte Clube Bahia. Torcedor. Ingressos. Preço. Renda.

## **ABSTRACT**

The objective of this study is to analyze the economic behavior of fans of the football team of the Esporte Clube Bahia, using the estimation of a demand equation for tickets to attend the games in city of Salvador. The study also includes the analysis of a wide range of recent structural changes in the club and its respective influences in the behavior of the team's fans. These changes includes the return and fall of the team to the "A" series of the Brazilian Football Championship, the dispute matches in a new and more modern stadium, and finally the introduction of deep institutional and administrative innovations in the club after a intervention through a judicial process. Thus, the research problem is to verify if Bahia's fans are sensitive to the ticket price variable, their labor income, and if this sensitivity shifts due to changes in the team's performance or changes in the ambient where the games are held in the city of Salvador. To achieve the purpose of the study, the recent literature on sports economics was used to analyze the sports activity according to their respective nature and individual, social, and economic features. Thus, to solve research problem, an equation of demand for tickets was specified considering the economic theory of attendance to estimate econometrically the price and income elasticities of demand of fans using the club's database and the times series and cointegration methodology. The results showed that the fans of Esporte Clube Bahia are economically rational. At the same time, these fans are also faithful to the team before adverse conditions or increased need for support to win the match.

Key-words: Esporte Clube Bahia. Fans. Tickets. Price. Income.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1- Taxa real de crescimento anual do PIB no Brasil e taxa anual de crescimento do PIB no setor de esportes no Brasil todos em %, 2000-2010.....	28
Gráfico 2- Média de público do Campeonato Brasileiro (1967-2013).....	38
Gráfico 3- Total de público acumulado dos 20 principais clubes no Campeonato Brasileiro (Milhões de pessoas).....	38
Gráfico 4- Preço Médio Ponderado Nominal em R\$ dos ingressos dos jogos do Esporte Clube Bahia entre Jan/2011 a Out/2014.....	101
Gráfico 5- Preço Médio (Ponderado) Real em R\$ dos ingressos dos jogos do Esporte Clube Bahia demandado por sua torcida entre Jan/2011 a Out/2014 .....	102
Gráfico 6- Frequência de torcedores nos jogos do ECB entre Jan/2011 a Out//2014.....	105
Gráfico 7- Arrecadação real (em R\$) dos torcedores do Esporte Clube Bahia por jogo entre Jan/2011 a Out/2014.....	106
Gráfico 8- Rendimento Médio Real (em R\$) do trabalhador na região metropolitana de Salvador entre Jan/2011 a Out/2014.....	107
Figura 1- Planejamento na arena multiuso.....	52
Figura 2- Estrutura dos estádios de Pituvaçu e Arena Fonte Nova.....	55
Figura 3- Divisão estatística dos espaços para torcedores do Esporte Clube Bahia nos Estádios de Pituvaçu e Arena Fonte Nova .....	99
Figura 4- Função resposta impulso.....	113
Quadro 1- Principais títulos profissionais conquistados pelo Esporte Clube Bahia.....	51
Quadro 2- Elementos chaves das ligas esportivas profissionais.....	65
Quadro 3- Banco de dados de jogos do Esporte Clube Bahia .....	94
Quadro 4- Valores de cointegração entre os pares de variáveis .....	109

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1- Preços Médios Reais (em R\$) dos ingressos dos jogos do Bahia em Salvador Jan/2011- Out//2014 .....	101
Tabela 2- Frequência média de torcedores nos jogos do Bahia entre Jan/2011 e Out/2014 ..	104
Tabela 3- Resultados das estimações econométricas .....	110

## **LISTA DE SIGLAS**

AFL- Australian Football League

ARENA- Aliança Renovadora Nacional

CBD- Confederação Brasileira de Desportos

CBF- Confederação Brasileira de Futebol

CND- Conselho Nacional de Desportos

Conmebol- Confederação Sul-Americana de Futebol

CPI- Comissão Parlamentar de Inquérito

ECB- Esporte Clube Bahia

EUA- Estados Unidos da América

FBDT- Federação Bahiana de Desportos Terrestres

FBF- Federação Bahiana de Futebol

FIFA- Fédération Internationale de Football Association

IBGE- Instituto Brasileiro de Estatística

IPCA- Índice Nacional de preços ao Consumidor Amplo

MLB- Major League Baseball

NBA- National Basketball Association

NFL- National Football League

NHL- National Hockey League

ONG- Organização Não Governamental

Pelc- Programa Esporte e Lazer na Cidade

PIB- Produção Interna Bruta

STJD- Superior Tribunal de Justiça Desportiva

VFL- Victorian Football League

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	14
<b>2</b>	<b>EVOLUÇÃO DO SETOR DE ESPORTES E DO FUTEBOL NO BRASIL</b>	19
2.1	O PAPEL DO ESPORTE NA ECONOMIA BRASILEIRA	19
2.1.1	Origens históricas do esporte no Brasil	20
2.1.2	O esporte no período recente da economia brasileira	24
2.1.3	Características do esporte na economia brasileira	27
2.2	CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL	29
2.2.1	A “era de ouro” do futebol brasileiro (1959-1970)	29
2.2.2	Os campeonatos nacionais entre 1971 a 2002 e a crise crônica do futebol brasileiro	32
2.2.3	O campeonato brasileiro por pontos corridos (2003-2014)	36
2.2.4	O desenvolvimento do campeonato brasileiro	38
<b>3</b>	<b>O FUTEBOL BAIANO E O ESPORTE CLUBE BAHIA</b>	40
3.1	FUTEBOL NO ESTADO DA BAHIA	40
3.2	ESPORTE CLUBE BAHIA NO CONTEXTO RECENTE DA ECONOMIA DO ESPORTE	44
3.2.1	Elementos históricos do Esporte Clube Bahia	45
3.3	NOVOS ESTÁDIOS E TENDÊNCIAS NO FUTEBOL	51
<b>4</b>	<b>ECONOMIA DO ESPORTE E DO FUTEBOL</b>	57
4.1	ECONOMIA DO ESPORTE	57
4.2	ECONOMIA DAS LIGAS ESPORTIVAS	61
4.3	ECONOMIA DO FUTEBOL	69
4.4	DEMANDA POR EVENTOS ESPORTIVOS E TEORIA DO <i>ATTENDANCE</i>	74
4.4.1	Demografia e determinantes geográficos	75
4.4.2	Preço	77
4.4.3	Renda	80
4.4.4	Desemprego	81

<b>4.4.5</b>	<b>Qualidade da equipe e incerteza de resultado</b>	82
<b>4.4.6</b>	<b>Transmissão da TV</b>	85
<b>4.4.7</b>	<b>Outras influências</b>	86
<b>5</b>	<b>METODOLOGIA E BASE DE DADOS</b>	88
5.1	FORMALIZAÇÃO DA EQUAÇÃO ECONOMÉTRICA	88
5.2	PRINCÍPIOS DE ANÁLISE DE SÉRIES TEMPORAIS	89
5.3	VETOR AUTO REGRESSIVO (VAR)	91
5.4	COINTEGRAÇÃO	92
5.5	VETOR DE CORRELAÇÃO DE ERROS (VRCM)	93
5.6	BANCO DE DADOS	94
<b>6</b>	<b>RESULTADOS</b>	97
6.1	ANÁLISE DAS SÉRIES	97
<b>6.1.1</b>	<b>Preço dos ingressos nos jogos do Esporte Clube Bahia no período recente</b>	98
<b>6.1.2</b>	<b>Frequência de torcedores nos jogos do ECB e rendimento médio do trabalhador na região metropolitana de salvador</b>	103
6.2	RAÍZ UNITÁRIA	108
6.3	TESTE DE EQUILÍBRIO DE LONGO PRAZO	108
6.4	ESTIMAÇÕES ECONOMÉTRICAS	110
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	115
	<b>REFERÊNCIAS</b>	119
	<b>APÊNDICES</b>	124

## 1 INTRODUÇÃO

O Esporte Clube Bahia (ECB) foi fundado no dia 1º de janeiro de 1931 na cidade de Salvador, capital do estado da Bahia. O clube teve inicialmente seus quadros provenientes da pequena burguesia da época e constituídos por profissionais liberais, funcionários públicos, jornalistas, pequenos empresários e estudantes. Desse modo, a formação do clube guardava pouca relação com o “alto comércio” da época, que era formado por banqueiros, exportadores, industriais do açúcar, fabricantes de tecidos e outros que concentravam a aristocracia da cidade de Salvador. No primeiro ano de fundação do clube o *slogan* “Nasceu para vencer”, foi consolidado, uma vez que este foi campeão do Torneio Início e do Campeonato Baiano de 1931. Desde então, o Bahia se consolidou como um time de massa, com uma torcida de mais de seis milhões de torcedores em todo país e um número considerável de títulos profissionais. Atualmente, o clube se prepara para uma nova fase de transformações necessárias no futebol brasileiro, em meio à consolidação econômica do futebol em vários mercados mundiais.

A evolução do futebol brasileiro pode ser analisada em três diferentes fases. A primeira fase é conhecida por “era de ouro”, sendo marcada por um período no qual o futebol brasileiro ganhou três copas do mundo em quatro disputas, 1958, 1962 e 1970. Nesse período, foram criados três diferentes campeonatos nacionais que se sucederam de acordo com fórmulas competitivas que se exauriam ao longo do tempo. Esses campeonatos tinham os melhores jogadores do mundo em suas partidas e públicos que lotavam os seus estádios. Em 2010, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) reconheceu os diferentes títulos conquistados nessa época e os consolidou como títulos nacionais. Isso fez com que o ECB se tornasse o primeiro campeão brasileiro, que somado ao título conquistado em 1988, este se tornasse bi-campeão brasileiro. Nesse sentido, time do Bahia, enquanto objeto de estudo dessa pesquisa, tem na sua história uma relação muito próxima com a própria história do futebol nacional.

Uma segunda fase do futebol no Brasil, após a década de 70, foi marcada pelo declínio do futebol devido ao amadorismo de seus dirigentes, excessivo número de times na disputa do campeonato nacional, aumento da violência nos estádios entre outros vários fatores. Essa fase é concomitante com o autoritarismo do regime militar, com o fim do milagre econômico, a volta da democracia em 1985 e a abertura do país ao mercado internacional na década de 1990. Por este motivo, o futebol brasileiro passou por um esvaziamento dos estádios, a saída dos melhores jogadores para o exterior, a falência financeira dos clubes e a ascensão da violência por meio da rivalidade entre torcidas organizadas rivais. Nessa mesma fase, foram sancionadas novas



leis para abrir o esporte brasileiro, e particularmente o futebol, ao capital internacional e a globalização, à profissionalização dos dirigentes e à instituição do passe livre aos jogadores. O final dessa fase foi marcado por investigações de corrupção no futebol, um acidente envolvendo torcedores na final do campeonato nacional de 2002 e uma constante crise que não deixou de acompanhar o futebol brasileiro, mesmo com a conquista de duas copas do mundo de futebol em 1994 e 2002.

O período recente faz parte da terceira fase do futebol nacional. As mudanças a partir de 2002 promoveram uma revolução organizacional nos clubes, que puderam fazer previsões orçamentárias e de receitas, projeções de fluxos de caixa e a mensuração do tempo de exposição da marca do clube junto à mídia. O futebol vem se transformando em um produto de consumo e criando várias faixas de consumidores. Desse modo, o torcedor está se transformando em consumidor e os clubes em empresas responsáveis por provê-los de produtos ligados ao futebol. Nessa última fase, a disputa da Copa do Mundo no Brasil, em 2014, que levou ao aumento do número de estádios com padrão internacional, vem acelerando o processo de evolução econômica do futebol no Brasil.

Esse período recente também contempla um amplo conjunto de mudanças estruturais no ECB. Em 2011, o time de futebol voltou a disputar jogos na série A do Campeonato Brasileiro, depois de sete anos competindo nas divisões de acesso. Em 2013, o clube passou a disputar suas partidas no estádio da Arena Fonte Nova (em Salvador), o que definiu a possibilidade de um novo padrão de espetáculo nos jogos de futebol do clube. No mesmo ano, o clube também iniciou profundas mudanças institucionais e administrativas, após um processo de intervenção judicial. A partir dessa intervenção foram definidas novas regras para o clube, com o objetivo de eliminar vícios gerenciais e administrativos, profissionalizar a gestão do clube e ampliar o acesso dos sócios patrimoniais às tomadas de decisões.

O comportamento do torcedor do time de futebol do ECB se constitui no objeto de estudo do presente trabalho monográfico. Esse comportamento pode ser inserido no contexto recente da economia do esporte e nas recentes mudanças estruturais no clube. A economia do esporte categoriza cada tipo de atividade esportiva de acordo com a sua respectiva natureza, associada as causas sociais, individuais e econômicas. Desse modo, existem diferentes fatores que definem a natureza de uma liga esportiva, pois esta é caracterizada por uma organização que transcende a administração interna dos clubes. Em nível internacional, existem dois principais padrões de ligas esportivas, o norte-americano e o europeu. Os elementos definidores do

comportamento dos clubes de futebol e dos respectivos torcedores, diante desses arranjos institucionais intervenientes nos espetáculos (jogos), precisam ser considerados para analisar o comportamento econômico do torcedor do ECB.

A demanda por eventos esportivos pode ser analisada no âmbito da teoria da *attendance*. Esta teoria descreve a natureza das variáveis definidoras da presença de público em espetáculos esportivos, tais como: demografia e geográficos do público, renda, desemprego, qualidade da equipe e incerteza de resultado, transmissão da TV e outros. Estes elementos permitem a compreensão da frequência de público nos jogos do ECB. Diante desse contexto, o problema de pesquisa do presente trabalho monográfico pode ser definido.

**Problema:** Qual é a sensibilidade dos torcedores (clientes/consumidores) do ECB em relação às mudanças nas variáveis de preço do ingresso e renda do trabalho, nas decisões de compra do ingresso para assistir as partidas do clube?

**Objetivo:** Dado o problema de pesquisa, o objetivo da presente monografia é estimar e analisar as elasticidades preço e renda da demanda por ingressos nos jogos do ECB em Salvador.

**Objetivos específicos:**

- Analisar o comportamento econômico e a fidelidade do torcedor do ECB;
- Construir um banco de dados com informações sobre os jogos do time que definem o comportamento do torcedor;
- Estimar econometricamente uma equação de demanda por ingressos para os jogos do Esporte Clube Bahia.

**Hipótese:** a hipótese lançada nesta pesquisa é que mesmo considerando a paixão e fidelidade da torcida do ECB, a racionalidade econômica do indivíduo (torcedores) frente a decisões de compra prevalecerá na compra de ingressos para os jogos do clube.

Além dessa introdução, esta monografia é composta de mais seis capítulos. No segundo capítulo é descrito o papel do esporte na sociedade brasileira e sua importância como um setor econômico impulsionador do PIB nacional. Deste modo, a evolução do esporte moderno no Brasil é analisada a partir do fim do século XIX. O Campeonato Brasileiro de Futebol será observado como um processo social que se desenvolveu por meio de obrigações técnicas, interesses políticos e pela necessidade de competir no mercado esportivo globalizado. Ao final do capítulo, também será apresentado o contexto recente do futebol no Brasil, considerando sua

necessidade evolução para se adaptar à transformação de torcedores em torcedores/consumidores identificados com o clube.

O capítulo 3 apresenta a evolução do futebol no estado da Bahia, desde o seu surgimento até o período recente de mudança estrutural no ECB. Inicialmente serão apresentados os precursores do futebol no estado. Em seguida, serão apresentados os elementos históricos do ECB e sua popularização no estado, em particular na cidade de Salvador. No final do capítulo será analisado o período recente de mudanças estruturais no clube, e a possível tendência de transformação do torcedor em cliente/consumidor, no contexto da economia do esporte.

O quarto capítulo apresentará o esporte como um setor da economia. Desse modo, serão apresentados os aspectos teóricos subjacentes à economia do esporte e economia do futebol. Esta área de pesquisa é recente em termos de estudo econômico e já é considerada como uma atividade promissora. Desse modo, será descrita o processo de construção das ligas esportivas, bem como as características das ligas americanas e europeias. O capítulo apresenta ainda uma revisão dos estudos que permitem categorizar a natureza econômica das diversas atividades esportivas. Por fim, o capítulo apresenta resultados de pesquisas sobre a teoria da frequência de público nos estádios (*attendance*). Esta teoria será utilizada para estimar o comportamento econômico do torcedor do ECB, através de uma equação econométrica de presença de público nos jogos do time na Região Metropolitana de Salvador (RMS).

O quinto capítulo apresenta a metodologia utilizada na realização da pesquisa empírica. Esta metodologia consiste na estimação econométrica de uma equação de demanda ou frequência de público nos jogos do ECB. Após a formalização da equação de *attendance* a ser estimada, serão apresentados os princípios básicos para o tratamento e estimação de modelos de séries temporais multivariados, a saber, teste de raiz unitária e análise de cointegração. Ao final do capítulo será apresentado o banco de dados a ser utilizado para a realização das estimações e análises empíricas.

O sexto capítulo apresenta uma análise dos resultados do relacionamento entre quantidade de ingressos nos jogos do ECB e seus respectivos preços e renda do trabalhador na RMS, entre janeiro de 2011 a novembro de 2014. Além disso, também haverá a inclusão de variáveis referentes à fidelidade do torcedor, que reflitam a mudança no ambiente de disputa de cada partida. Os resultados desse estudo poderão auxiliar na melhor compreensão da demanda por ingresso pelo torcedor, diante das restrições de renda e preço dos ingressos. Finalmente, no

capítulo 7, serão apresentadas algumas considerações finais sobre o comportamento do torcedor do Esporte Clube Bahia no período proposto por este trabalho monográfico.

## **2 EVOLUÇÃO DO SETOR DE ESPORTES E DO FUTEBOL NO BRASIL**

Este capítulo descreve o papel do esporte na sociedade brasileira e sua importância como um setor econômico impulsionador do PIB nacional. Deste modo, a evolução do esporte moderno no Brasil é analisada a partir do fim do século XIX. Neste contexto, o Campeonato Brasileiro de Futebol será observado como um processo social que se desenvolveu por meio de exigências técnicas, interesses políticos e pela necessidade de competir no mercado esportivo globalizado. Além disso, também será apresentado contexto recente do futebol no Brasil, considerando sua necessidade evolução, frente à competição internacional pelos torcedores/consumidores de espetáculos esportivos.

### **2.1 O PAPEL DO ESPORTE NA ECONOMIA BRASILEIRA**

As atividades esportivas desempenham um importante papel como gerador de renda e emprego. Outro papel desempenhado pelo esporte é como garantidor de uma população saudável, prevenindo doenças como o diabetes, doenças ligadas ao coração e outros. Logo permite a redução de custos com a saúde curativa. Na dimensão social, o esporte contribui para a inserção dos indivíduos na coletividade. As atividades esportivas promovem a interação entre pessoas e o bem-estar social. Além disso, trata-se de uma ferramenta para afastar e retirar indivíduos em situação de risco social materializado pelo banditismo e consumo de entorpecentes. A ascensão social promovida pelo esporte permite que jovens de origem humilde passem a ascender rapidamente para classes de renda mais elevadas.

O esporte desempenha um papel importante na economia brasileira. A literatura caracteriza este como um setor dinâmico e com elevação crescente na sua produção ao longo dos anos. O esporte através de seus vários subsetores, como a atividade física, está atravessando um processo de aumento da sua participação no PIB brasileiro. Nos últimos anos tem ocorrido a expansão das fronteiras do esporte, bem com a diversificação da oferta de suas atividades. Este crescimento possui algumas explicações correntes, tais como: a velocidade de transformação da economia rural para urbana; conscientização por parte da população da importância da atividade física para a saúde; maior participação do esporte no mercado promocional; maior importância dada por autoridades políticas como um veículo gerador de votos; melhoria da imagem de empreendedorismo no esporte nacional; a valorização da figura do consumidor esportivo (ALVES, 2006). Estes são os fatores preponderantes para o aumento da dinâmica e elevação do setor esportivo na economia nacional.

### 2.1.1 Origens históricas do esporte no Brasil

A primeira manifestação registrada do esporte no Brasil, ocorreu através de um torneio equestre entre holandeses, portugueses e brasileiros em 1641. Esse torneio comemorava, em “terras tupiniquins”, a trégua entre holandeses e espanhóis. O torneio ocorreu precisamente na região nordeste, onde hoje se localiza o estado de Pernambuco. A equipe holandesa era comandada por Maurício de Nassau, enquanto a outra equipe rival possuía em suas fileiras brasileiros e portugueses. Essa competição era chamada de guerras “justas” e baseava-se num desafio pessoal, no que consistindo de requisitos e parâmetros de habilidade, destreza e força. O conceito desse duelo é diferente do conceito moderno de esportes, mas ilustra um primeiro desafio competitivo registrado no Brasil (MARINHO *apud* KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Na primeira metade do século XIX, o esporte começou a se expandir pelo mundo através do imperialismo Inglês. Os registros de 1832 mostram uma proposta de um deputado, pela província da Bahia, em torno do conceito esportivo na educação. O deputado baiano Antônio Ferreira França propunha a criação de “sociedades escolares” em cada paróquia do Rio de Janeiro para atender meninas desamparadas. O currículo dessas instituições abrangeeria a ginástica e a proteção do corpo. As atividades exercitadas pelas meninas seriam a natação, equitação e dança (MARINHO *apud* KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). Essas ideias, baseadas na junção do esporte com o currículo escolar, eram inspiradas no diretor Thomas Arnold, diretor da escola Rugby em Warwickshire (condado no centro da Inglaterra). Ele foi responsável por adotar atividades físicas na grade escolar a partir de 1828. Essas ideias posteriormente teriam impacto em Pierre de Fredy, o barão de Coubertin, idealizador das olimpíadas modernas (RAMOS *apud* KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). Portanto, as vicissitudes tanto internas como externas do império britânico, que em 1909 dominava 20% dos territórios e 23% da população mundial (FRANCO JÚNIOR, 2007), foram preponderantes para a expansão dos esportes e atividade física pelo mundo.

No ano de 1882, o baiano Rui Barbosa defende em seus pareceres a introdução dos esportes e atividades físicas na reforma do ensino na época do império. Esses pareceres apontavam a atividade esportiva como um importante fator na formação educacional da juventude brasileira. Nesse período da história brasileira, a instrução só era destinada a pequena população abastada. A grande parte da população pobre era excluída. Essa Exclusão continuaria durante muitos anos no Brasil. Vemos, assim, desde a introdução do esporte no Brasil, o pioneirismo da mentalidade baiana em favor do desporto. O Brasil teve início na região Nordeste e não fugindo a esse

destino o esporte também teve os seus primórdios nessa mesma região (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

As primeiras competições esportivas a serem organizadas no Brasil tem como referência o remo. A primeira regata oficial aconteceu em 1846 no Rio de Janeiro, que já era capital do império (1822-1889), envolvendo duas canoas rivais de remos de pá. Esses competidores eram chamados de “cabocla” e “lambe-água”. No dia 13 de maio de 1888 aconteceu a regata nomeada de “regata da abolição”. Foi a primeira competição acompanhada pela mídia e com uma grande participação de espectadores populares para acompanhar a disputa (MARINHO apud KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Depois da primeira olimpíada da era moderna, sediada na Grécia em 1896, já no final do século XIX, o esporte entra com força no Brasil. Consequência do retorno de jovens das elites brasileiras da Europa após o fim dos estudos e dos funcionários estrangeiros vindos para trabalhar no Brasil, principalmente ingleses. Nesse período, em 1898, foi realizada a primeira prova de natação a nível nacional na capital federal da república, Rio de Janeiro<sup>1</sup>. Por curiosidade, em 1894 Charles Miller chega sem alarde e com materiais de futebol em sua bagagem para trabalhar na mala real inglesa em São Paulo. O futebol se tornaria mais tarde a paixão nacional e definido como identidade cultural brasileira a partir de 2005. Portanto, é do final do século XIX as bases para a realização dos esportes no Brasil (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

A primeira olimpíada no qual o Brasil participou aconteceu na cidade de Antuérpia, Bélgica, em 1920. Essa olimpíada marcou a volta da competição depois de oito anos paralisada por causa dos conflitos da primeira guerra mundial. Essa competição foi a primeira a apresentar a bandeira olímpica com o símbolo dos cinco anéis, representando a união dos cinco continentes. Também, foi a primeira a apresentar o juramento olímpico feito por uma atleta. O Brasil foi representado com 21 atletas e conseguiu uma medalha de ouro, conquistada por Guilherme Paraense, um tenente do exército. Além dessa medalha de ouro, o esporte brasileiro conquistou uma medalha de prata e outra de bronze. Todas estas foram conquistadas na modalidade de tiro (COMITÊ OLÍMPICO INTERNACIONAL)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> O Rio de Janeiro foi a capital do Brasil até 1960. Daí até os tempos atuais a capital é Brasília, construída especialmente para este fim.

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.cob.org.br/movimento-olimpico/jogos-olimpicos/antuerpia-1920>>. Acesso em: 04 dez. 2014.

De forma mais moderna percebemos a iniciativa de organizar o esporte brasileiro no governo de Getúlio Vargas (1930-1945 e 1950-1954). Esse presidente percebeu o valor político do esporte para a propaganda positiva da sua gestão através do esporte. Na administração Vargas o futebol ganhou ares de principal esporte no Brasil. Houve a institucionalização do esporte em 1937 com a criação da divisão do esporte no ministério da educação e saúde. Já no ano de 1939 foi criada a Escola Nacional de Educação Física e Desportos na universidade Brasil, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro. Portanto, o esporte brasileiro nessa época passou a ter um forte controle estatal em sua administração (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

No chamado estado novo (1937-1945) foi criado o Conselho Nacional de Desportos (CND). Esse conselho objetivava o direcionamento do esporte no âmbito de ação das políticas públicas. O CND foi criado por meio do decreto lei nº 3.199 de 14/04/1941 para orientar, fiscalizar e incentivar a prática esportiva no país. Esta legislação era uma cópia fiel do esquema fascista das corporações italianas (COSTA *apud* KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). A CND só foi extinta muitos anos depois no governo Fernando Collor de Melo (1990-1992) pelo seu secretário de esporte Arthur Antunes Coimbra (ex-jogador de futebol conhecido como Zico).

Depois de todos esses incentivos através do estado o esporte brasileiro conseguiu expressivos resultados no cenário mundial, com destaque para o futebol. Em 1950, além de o Brasil sediar a copa do mundo de futebol foi vice-campeão da competição. A seleção Brasileira de futebol também foi bicampeã da copa do mundo em 1958 e 1962. A seleção brasileira de basquete foi bicampeã mundial dessa modalidade nos anos de 1959 e 1963. No tênis houve inúmeras vitórias de Maria Ester Bueno no circuito mundial. Outro fato importante foi o bicampeonato olímpico de Ademar Ferreira da Silva no salto triplo em Helsinque no ano de 1952 e em Melbourne no ano de 1956 (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

No período da ditadura militar (1964-1985), o futebol, como nos tempos de Getúlio Vargas foi manipulado como instrumento de distração das massas e meio sutil de ascensão de classes. Esses anos foram marcados pelo termo “nação de chuteiras”. O futebol era um dos itens das propagandas utilizadas pelos militares para ilustrar a grandeza nacional gerada pelo regime de exceção. O ápice do futebol brasileiro como panfleto de sucesso político foi a conquista do tricampeonato na copa de 1970. O *jingle* da conquista era “noventa milhões em ação, salve a seleção”. Essa copa intensificou a euforia causada pelo milagre econômico com uma taxa anual média da Produção Interna Bruta (PIB) superior a 10% (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). Esse período foi marcado pela perseguição, tortura e morte de dissidentes do regime. A maioria



jovens estudantes e militantes da esquerda. Assim, é concluído que o estado ainda controlava o esporte brasileiro, pois este era um meio de convencimento da grandeza do país, além de criar uma suposta ideia de ascensão financeira para pessoas pobres em um país marcado pela desigual distribuição de renda.

O esporte, e mais precisamente o futebol, foi utilizado como veículo de promoção para políticos, atletas e dirigentes de clubes. O ditador Emílio Garrastazu Médici, por exemplo, era torcedor do Grêmio, mas por oportunismo, virou torcedor do Flamengo, pois este tinha e tem a maior torcida de futebol do país. O ditador emulava o torcedor humilde e era sempre visto com uma “radinho” na mão. Vários dirigentes e jogadores, competentes ou não, utilizaram o esporte como trampolim para cargos políticos e promoção social. Isso é ilustrado pelo maior jogador de todos os tempos, Edson Arantes do Nascimento (Pelé). Quando marcou o seu milésimo gol, o dedicou para todas as crianças carentes do Brasil. As críticas apontam que representou o oportunismo de um indivíduo nunca engajado de verdade na resolução de problemas sociais nacionais.

Em 1971 foi instituída a loteria esportiva para financiar o esporte nacional. Em seguida, no ano de 1973 foi colocado em prática o programa “esporte para todos”, Iniciativa copiada dos países europeus, para massificar o esporte no país. O primeiro estudo sobre o esporte no Brasil foi realizado no ano de 1975, com a pesquisa “O diagnóstico de educação física/desporto no Brasil”. O estudo foi dirigido pelo Ministério da Educação e Cultura em parceria com o Ministério do Planejamento e Coordenação Geral. Este tinha como objetivo o levantamento completo da educação física e atividades esportivas no Brasil. O produto do estudo resultou no plano nacional de educação física e desporto, que não foi implementado no nível operacional (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Em 1985, a partir do retorno da democracia no Brasil foram implementadas reformulações em vários setores da vida política no país. No governo Sarney (1985-1990) o esporte foi um dos setores envolvidos na dinâmica das mudanças. O Ministério da Educação e Cultura promoveu a Comissão de Reforma do Esporte no Brasil. As constatações dessa comissão serviram de bases para o congresso constituinte de 1988. Nesse cenário, o esporte nacional foi contemplado no texto constitucional pela primeira vez no Brasil (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Na fase turbulenta da nova democracia, no governo Fernando Collor de Melo (1990-1992), o esporte passou a ter uma secretaria especial ligada diretamente à presidência. O secretário designado Arthur Antunes Coimbra, conhecido como Zico. Essa secretária teve como ações

importantes a lei Zico e a extinção da Comissão Nacional de Desportos (CND). A lei Zico baseava-se na sugestão do fim da lei do passe, além do estímulo ao investimento privado nas modalidades esportivas (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). O passe era a vinculação exclusiva do jogador ao clube. Desse modo, o clube tinha total poder para decidir o futuro profissional do jogador. Nesse sentido, a lei Zico foi primeiramente uma lei sugestiva, mas que trazia em seu bojo a desregulamentação do esporte brasileiro. Portanto, o governo Collor liberaliza o esporte como o resto dos outros setores da economia nacional para o mercado internacional de acordo ao *establishment* proposto pelo consenso de Washington (1989).

### **2.1.2 O esporte no período recente da economia brasileira**

Entre 1994 e 2002, no governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) foi criado o Ministério Extraordinário dos Esportes e logo em seguida extinto. Houve a criação da autarquia Secretária Nacional de Esporte – Instituto de Desenvolvimento do Esporte – que passou a ser incorporada pelo Ministério da Educação e Esportes. Outro fato importante, é a lei Pelé que basicamente procurou profissionalizar o esporte e dá o passe livre aos atletas. Assim, esse período é caracterizado por uma atenção estatal reduzida ao esporte e ao pouco debate com correntes contrárias no sentido de formulação das leis de organização desse setor.

Na gestão FHC foi mantido do governo Collor e aprofundado o sistema de patrocínio às seleções nacionais de várias modalidades esportivas por meio dos recursos das empresas estatais. Isso foi passível de críticas, uma vez que o patrocínio dependia de escolhas políticas. Segundo Kasnar e Graça F<sup>o</sup> (2012), os contratos entre clubes, atletas e patrocinadores deixava transparecer uma decisão política. Os primeiros resultados vieram com a olimpíada de Atlanta (1996) no qual o Brasil teve um desempenho satisfatório em relação ao número de medalhas ganhas em olimpíadas passadas. Desde a sua estreia na olímpia de 1920, o Brasil não ganhava tantas medalhas como na olímpia de Atlanta (EUA). Foram 15 medalhas (três de ouro, três de prata e nove de bronze) conquistando, até então, o seu melhor desempenho em competições olímpicas. Também, nessa olímpia levou a maior delegação de atletas, totalizando 225, marca até aquela olímpia inédita. Portanto, fica claro que com maior investimento, oriundo de recursos estatais, aumentou o número de atletas na delegação brasileira e o número de conquistas, mostrada pelo aumento de medalhas para o Brasil.

Nessa fase, surge o projeto do ministro Edson Arantes do Nascimento, o Pelé. A chamada “Lei Pelé” visava à reformulação gerencial do esporte brasileiro. Esta Lei extinguiu de maneira irreversível a Lei do passe no futebol brasileiro. O vínculo do jogador não pertencia mais ao

clube. Nos dias atuais, o vínculo entre o clube e o jogador é feito por meio de vínculos federativos e econômicos por um período determinado de tempo. A Lei Pelé foi marcada por várias críticas, como a acusação de ser apenas voltada para o futebol em detrimento de outras modalidades esportivas. Outra objeção levantada foi a obrigatoriedade da transformação dos departamentos profissionais de futebol dos clubes para empresas. A formulação da lei Pelé não ouviu todos os grupos interessados, apenas o grupo que detinha o poder político. Desse modo, a Lei Pelé é questionada até os dias atuais (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

De 1994 a 2002 a economia brasileira foi marcada pela abertura do mercado a capitais e empresas estrangeiras somada a redução da participação do estado na economia. Não escapando a essa realidade, a atividade esportiva registrava uma elevação da participação da iniciativa privada no esporte. A consequência desse crescimento foi a constatação, em 2003, da existência de 20.000 academias para atividades físicas, contra 23.500 nos Estados Unidos, 6.500 na Alemanha e 4.000 na Espanha. Cabe ressaltar que o futebol brasileiro possui aproximadamente 800 clubes profissionais contra cerca de 500 em toda a Europa. Números como estes se repetem em várias áreas ligadas ao setor esportivo (ALVES, 2007). Portanto, com a maior participação da esfera privada na economia brasileira, estimulada pela política econômica de redução da participação do estado no governo FHC, obteve como uma das muitas consequências dessa política o empreendedorismo no esporte nacional. Resultando, assim, em milhares de clubes esportivos e academias voltadas para atividades físicas presentes em todo Brasil.

O crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) na era FHC entre 1996 e 2002 foi muito baixo registrando uma taxa de crescimento médio do PIB de 2,25%. Enquanto isso, o esporte teve um crescimento médio do seu PIB de 12,34%. Esse fato pode ser parcialmente explicado pela construção de equipamentos para a prática esportiva nos grandes centros urbanos do país. O Brasil possuía 81% da sua população nas cidades e com isso a necessidade urgente da criação de lugares próprios para exercícios físicos. Outro fator preponderante foi o investimento privado para a promoção da atividade esportiva, como academias de musculação, por exemplo. Portanto, mesmo com um crescimento baixo do PIB brasileiro, o PIB do setor do esporte na era FHC teve uma elevação muito satisfatória, tornando-se um agente importante e estratégico para o crescimento como um todo da produção brasileira (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Entre 2003 e 2014, nos governos dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rouseff houve a reorganização administrativa e a ampliação das atividades esportivas. Em 2003, foi criado o Ministério dos Esportes. Até então o esporte partilhava um ministério com o turismo.

Isso acabava por deixar as decisões políticas, no âmbito esportivo, na maioria das vezes confusas e caóticas. O novo ministério contemplou o esporte com maior atenção em termos de organização e administração, além de destinar recursos sempre crescentes. No sentido da organização esportiva foi aprovada a Lei da Moralização do Futebol (lei nº 10.672/2003) que aperfeiçoava a lei Pelé. Essa lei basicamente tinha como interesse a transparência administrativa e financeira dos clubes e a responsabilização dos seus dirigentes. No mesmo período foi aprovado o estatuto do torcedor (lei nº 10.671/2003), um código de conduta e ação para proteger os interesses do consumidor de esportes. Por fim, com a reorganização administrativa criou-se um ambiente sólido para o investimento no esporte brasileiro, tendo como consequência a ampliação das atividades esportivas financiadas tanto pelo setor público quanto pelo privado (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Em 2003 foi realizado um estudo dirigido pelo Instituto Brasileiro de Estatística (IBGE) sobre a condição esportiva nos 5.565 municípios do Brasil. O nome do trabalho era intitulado “Informação Básica Municipal” e apontou especialmente para as macrorregiões do Norte e Nordeste, as mais pobres do país. Os resultados identificados foram que 88% das escolas municipais não possuíam instalações esportivas; 7,4% tinham alguma instalação esportiva; 1,6% possuíam complexos aquáticos; 1,1% detinham kartódromo; 0,2% autódromos e 0,03% mantinham hipódromos ou parecido. Este estudo serviu de base para políticas de integração da população de baixa renda através do esporte. Foram lançados três programas importantes, o programa segundo tempo, Esporte e Lazer na Cidade (Pelc) e Construindo a Liberdade. Os dois primeiros programas foram iniciados em 2003 e o terceiro foi transferido ao Ministério dos Esportes em 2004, mas já funcionava como projeto piloto do Ministério da Justiça desde 1997 (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

O programa Segundo Tempo foi tomado como exemplo para o resto do mundo por sua extensão e sucesso. Este foi um instrumento do Governo Federal com o objetivo de democratizar o acesso à prática esportiva e a cultura do esporte, no intuito da promoção do desenvolvimento integral de crianças, adolescentes e jovens. De 2003 a 2010, 3.852.345 cidadãos aproveitaram o esporte educacional, em face dos convênios administrados pelo ministério dos esportes. Portanto, o Programa Segundo Tempo serviu como um instrumento para promover o esporte na forma brasileira de ser no exterior (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Quanto a Pelc, este possuía como essência o estímulo à convivência principalmente para populações que sofriam vulnerabilidades econômicas e sociais. Além disso, visava proporcionar a prática de atividades físicas, culturais e de lazer que incluam todas as faixas etárias e pessoas com deficiência. No ano de 2003 a Pelc contou com R\$ 24 milhões e em 2010 os recursos aumentaram para R\$ 207,8 milhões. O programa capacitou 9.246 coordenadores, professores, agentes formadores e esportivos. Desse modo, foram beneficiados entre 2003 a 2010 aproximadamente 18.074 pessoas através do uso racional e inteligente de instalações esportivas militares. Portanto, a Pelc tinha intenção de promover o estímulo à convivência atendendo a população alijada da sociedade (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

Outro programa importante foi o Pintando à Liberdade, que possui a meta de capacitar e reintegrar detentos do sistema penitenciário brasileiro. Através desse programa, que foi desenvolvido pelo judiciário em 1997, e passado para a esfera federal em 2004, foram construídas 35 fabricas de equipamentos esportivos. Em 2010 já existia 75 fabricas. Nesse período, 13.273 detentos foram qualificados e treinados na confecção de artigos esportivos. Desse modo, verificou-se no período recente que o esporte no Brasil foi utilizado como meio de integração social (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012).

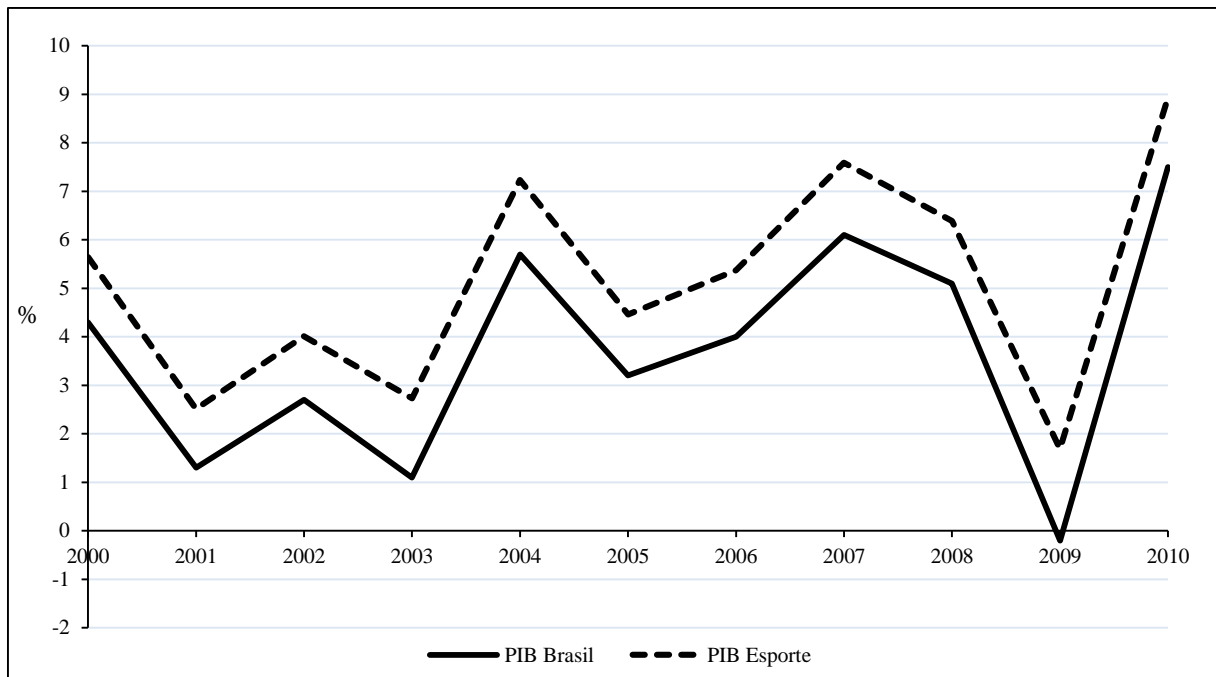
O esporte também ajudou o Brasil a se projetar no cenário internacional através da conquista do direito de sediar os jogos Pan-americanos, a Copa do Mundo e a Olimpíada de 2016. Com isso, o Ministério dos Esportes obteve maior poder político e efetuou o princípio da transversalidade. Ou seja, trabalhar com inúmeros setores da economia e seus Ministérios. Apesar do baixo crescimento médio do PIB brasileiro, com uma taxa média de crescimento no valor de 4% ao ano, entre 2003 a 2010, o esporte brasileiro cresceu consideravelmente a uma taxa média de 6% ao ano no mesmo período (KASNAR; GRAÇA FILHO, 2012). Nesse sentido, o período recente é marcado pela maior projeção do setor no Brasil, principalmente a partir da realização da copa do mundo no país em julho de 2014.

### **2.1.3 Características do esporte na economia brasileira**

O Gráfico 1, abaixo, apresenta a taxa de crescimento anual do PIB total no Brasil e do seu respectivo setor de esportes. É possível observar que a taxa de crescimento do PIB do setor de esportes foi sempre superior à taxa de crescimento do PIB total do país. Nesse sentido, o setor esportivo pode ser considerado um impulsionador da economia brasileira. Isso pode ser explicado pelo fato do Brasil possuir uma população que vive em sua maioria nas grandes cidades. As autoridades podem ter como política a construção de mais e maiores centros

esportivos. Além disso, a conscientização da população para a importância da atividade esportiva e a valorização do esporte no mercado promocional precisa ser mais acelerada no país. Outras políticas passam pelo estímulo ao empreendedorismo no setor dos esportes através de academias e clubes e a valorização da figura do consumidor esportivo para que este possa se expandir cada vez mais (ALVES, 2006).

Gráfico 1- Taxa real de crescimento anual do PIB no Brasil e taxa anual de crescimento do PIB no setor de esportes no Brasil todos em %, 2000-2010



Fonte: A indústria do Esporte no Brasil, KASNAR; GRAÇA FILHO 2012, p. 221 e 222.

O esporte é um setor dinâmico e gerador de renda e empregos e de inclusão de pessoas excluídas para a melhoria do bem-estar social. Porém, no Brasil os gestores de esporte em sua maioria não são qualificados ou preparados para exercer suas funções. O marco legal ainda é confuso e compromete os investimentos no setor. O setor de esportes carece de melhores incentivos, financiamento e segurança para o empreendedor. Finalmente, as empresas da cadeia produtiva do esporte ainda carecem de estudos e, conseqüentemente, de conhecimento sobre o consumidor do esporte (ALVES, 2006).

## 2.2 CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL

O Campeonato Brasileiro de Futebol é a competição mais importante do esporte brasileiro. Dentre os 783<sup>3</sup> clubes profissionais de futebol no Brasil, Apenas dezessete já foram campeões do Campeonato Brasileiro. No estado da Bahia, somente o Esporte Clube Bahia foi campeão por duas vezes. A partir de 22 de dezembro de 2010 a Confederação Brasileira de Futebol (antiga CBD) oficializou a Taça Brasil e o Torneio Roberto Gomes Pedrosa como campeonato Brasileiro de futebol. Esse reconhecimento permitiu ao futebol brasileiro prestigiar o período entre 1959-1970, conhecido como “era de ouro” do futebol no Brasil. Com isso, o campeonato brasileiro foi iniciado em 1959 e nesse ano de 2015 está sendo disputada a quinquagésima nona edição. Em concordância com o período da história brasileira, existiram limitações políticas, sociais e econômicas que influenciaram no Campeonato Brasileiro. Como qualquer construção social a principal competição nacional de clubes evoluiu ao longo do tempo. Este passou de uma estrutura de fases eliminatórias para uma estrutura híbrida de competição classificatória e fases eliminatórias para atualmente ser disputado através dos pontos corridos. Esse processo se deu por meio de obrigações técnicas, interesses políticos e necessidade de competir no mercado esportivo globalizado.

### 2.2.1 A “era de ouro” do futebol brasileiro (1959-1970)

Em 1958 o Brasil foi campeão da Copa do Mundo de futebol organizado pela FIFA<sup>4</sup> pela primeira vez. Nesse período, o futebol brasileiro não tinha ainda um campeonato nacional. Embora paulistas e cariocas alegarem que o torneio Rio-São Paulo, que começou a ser disputado em 1954, fosse o campeonato nacional da época, esta hipótese é descartada pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) devido ao critério de abrangência. Isso porque o certame possuía apenas dois estados participando, enquanto pela distribuição federativa da época existia vinte estados. Desse modo, antes da instituição da Taça Brasil só existia um campeonato brasileiro de seleções estaduais. Essas seleções eram compostas pelos melhores jogadores dos times pertencentes de cada estado. Portanto, não havia um campeonato de clubes, de fato.

---

<sup>3</sup> Número conhecido após um levantamento da CBF entre os seus clubes afiliados no ano de 2009. Disponível em: < <http://esportes.r7.com/futebol/noticias/ha-no-brasil-783-clubes-profissionais-de-futebol-diz-cbf-20091023.html>> Acesso em: 07 dez. 2014.

<sup>4</sup> FIFA é a sigla em francês de Fédération Internationale de Football Association.

Neste contexto, o presidente da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), João Havellange, que administrou a CBD de 1956 a 1974, foi notificado da criação do torneio Taça Libertadores da América. Este era caracterizado pela disputa através de fases eliminatórias entre campeões e vice-campeões de cada campeonato nacional existente na América do Sul. A Taça Libertadores apontaria o campeão, para uma disputa intercontinental com o campeão da Europa. A partir disso, a CBD criou a Taça Brasil. Esse torneio baseava-se na classificação dos campeões estaduais e do seu próprio campeão. Os clubes dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo tinham acesso à competição a partir da fase semifinal. Esse formato foi disputado entre os anos de 1959 e 1968 tendo como o primeiro campeão o Esporte Clube Bahia. Depois da unificação com os campeonatos nacionais, iniciados no ano de 1971, o Bahia passou a ser reconhecido oficialmente como o primeiro campeão Brasileiro.

Na década de 1960, também foi criado o Campeonato Roberto Gomes Pedrosa ou “Robertão”, como ficou conhecido. Este campeonato surgiu em 1967, com objetivo de fortalecer o presidente da Federação Paulista de Futebol, João Mendonça Falcão, cujo interesse era o de assumir a presidência da CBD, em substituição a João Havelange, fragilizado no cargo por causa da desclassificação do Brasil na copa de 1966 (CALMON; CASAES, 1973). O time do Cruzeiro havia sido Campeão Brasileiro em 1966, além de revelar vários jogadores como Eduardo Gonçalves de Andrade, conhecido com Tostão. Desse modo, o Cruzeiro foi chamado para fazer parte de um torneio Rio-São Paulo estendido. Logo, em 1967 participaram do torneio os clubes dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná, tendo como organizadores as Federação Paulista e a Federação Carioca de Futebol.

A partir de 1968, a CBD toma a administração do “Robertão”. Em seguida, convida dois clubes da região Nordeste para participar, o Esporte Clube Bahia e o Clube Náutico Capibaribe, devido à articulação da CBD, do presidente do Esporte Clube Bahia, Osório Vilas Boas, e do presidente da Federação Pernambucana de Futebol, Rubem Moreira (CALMON; CASAES, 1973). Isso evitou o isolamento geográfico do futebol brasileiro, como ocorre, por exemplo, no caso da liga Nacional Vôlei jogado apenas no eixo Sul e Sudeste do Brasil. O campeonato era disputado de forma classificatória em um turno e os quatro melhores classificados disputariam um quadrangular. Ao final, o melhor entre os quatro seria o campeão.

Esses campeonatos podem ser justificados, ou compreendidos à época, usando um modelo inspirado na teoria de Marx Weber. Este desenvolve os objetivos finais de um modelo perfeitamente preponderante para classificar algo como verdadeiro ou falso. Essa forma foi



utilizada no artigo de Takahashi, Milesi e Almeida (2011), como um meio para justificar a unificação dos títulos do Campeonato Brasileiro feita pela CBF no ano de 2010. O modelo perfeito seria o campeonato brasileiro de futebol e os seus fins principais seriam o reconhecimento como campeão Brasileiro pela sociedade e a classificação para o torneio Libertadores da América. O primeiro fim, reconhecimento pela sociedade, é satisfatoriamente confirmado por jornais e revistas de época. Quanto ao segundo, classificação para disputar o torneio Libertadores da América, a Taça Brasil atende com facilidade.

Outros objetivos finais seriam a ética de abrangência, que no caso da Taça Brasil foi fielmente atendido. Isso porque só participavam os campeões estaduais e o campeão do respectivo campeonato no ano anterior. Comparando a taça Brasil de 1959 e o campeonato Brasileiro de 2011, o primeiro teve participação de 16 estados de 20, ou seja, uma participação de 80% dos estados. No campeonato de 2011, este foi representado por 9 estados de 27. Ou seja, uma participação de apenas 30% dos estados.

Na década de 1960, os clubes não possuíam forças financeiras advindas do marketing e de fontes resultantes da mercantilização do esporte. Os meios de transportes também não eram bem desenvolvidos no Brasil. A primeira ponte aérea Rio-São Paulo só foi inaugurada no ano de 1959. Desse modo, o campeonato nacional só teve envergadura a partir de 1971, por causa do projeto de integração e soberania nacional, a exemplo da construção da Rodovia Transamazônica e do projeto Rondon. O primeiro baseava-se na integração da região Norte com o resto do país, enquanto o segundo se baseava em jovens universitários interagindo com populações carentes e isoladas do interior do país. Isso leva a concluir que os números de jogos similar aos campeonatos de pontos corridos da atualidade, não seriam possíveis de serem realizados nos anos entre 1959 a 1967.

A concentração econômica nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo sempre se refletiram na concentração dos times mais fortes dos campeonatos nacionais de futebol. Os times do eixo Rio-São Paulo, só entravam na fase final da Taça Brasil. Por exemplo, como ocorre atualmente na Copa Mundial de Clubes da FIFA, onde os times dos continentes da Europa e da América do Sul só entram na fase semifinal. Isso porque os times desses continentes participam de campeonatos considerados mais difíceis. Essa mesma lógica valia para os campeonatos estaduais do eixo Rio-São Paulo, uma vez que os grandes clubes tinham capacidade financeira para atrair jogadores brasileiros campeões mundiais de 1958, 1962 e 1970. Logo, verifica-se

que sempre houve no futebol uma tentativa de ampliar a representatividade geográfica dos clubes, preservando a concentração de forças dos clubes devido a maior capacidade financeira.

Nos anos de 1967 e 1968 ocorreram dois campeonatos nacionais em cada ano. A Sociedade Esportiva Palmeiras conquistou o campeonato Brasileiro duas vezes no ano de 1967. Em vários campeonatos da América do Sul essa situação se repetiu com naturalidade. Na Argentina, o campeonato Apertura e Clausura possibilitam dois campeões nacionais diferentes em um dado ano ou um clube ser campeão nacional duas vezes no mesmo ano como o Club Atlético River Plate da Argentina, por exemplo, no ano de 1997. No ano de 2000, por exemplo, também houve dois campeões mundiais, o Sport Club Corinthians Paulista pela FIFA e o Club Atlético Boca Juniors pela formulação antiga do mundial interclubes. É comum no futebol um campeonato ter sua fórmula esgotada, simultâneo ao nascimento de outra, tendo também como exemplo o fim da Taça Brasil e o aparecimento do campeonato “Robertão”.

Os campeonatos brasileiros disputados entre 1959 e 1970 foram corretamente unificados com os campeonatos a partir de 1971. O objetivo foi o de preservar a memória do futebol brasileiro, bem como os memoráveis jogos com todos os maiores craques do futebol em um só campeonato. Além disso, os títulos conquistados pelo maior jogador de todos os tempos, Pelé, e o milésimo gol deste ficaram incorporados ao campeonato nacional. O historiador e jornalista Odir Cunha é considerado o grande responsável pela CBF admitir a unificação a partir dos seus estudos contidos no “Dossiê Unificação dos Títulos Brasileiros”. Um dos argumentos, inclusive, foi que o Brasil talvez não tenha um campeonato com um nível técnico tão elevado como naquele período. Em 12 anos o país disputou quatro copas do mundo e ganhou três, chegando no topo do futebol mundial.

### **2.2.2 Os campeonatos nacionais entre 1971 a 2002 e a crise crônica do futebol brasileiro**

A partir de 1971 o campeonato Brasileiro passou a ter no geral uma forma de disputa híbrida que envolvia uma parte classificatória e outra por fases eliminatórias. Entre 1971 e 2002, a competição não conseguiu repetir uma mesma fórmula de disputa. Por volta de 1974, ano da Copa da Alemanha, o futebol Brasileiro entrou em sua crise crônica. Nesse período, ocorreu o aumento da violência envolvendo o futebol, o êxodo de jogadores brasileiros para outros países e a diminuição de espectadores nos estádios.

O campeonato nacional recebeu vários nomes, como Taça de Ouro, Copa Brasil, Copa União, Copa João Havelange, Campeonato Nacional de Clubes e Campeonato Brasileiro. Na edição

de 1971 o campeonato teve 20 clubes, em 1973 teve 40 clubes, em 1976 aumentou para 54 clubes e em 1978 aumentou para 74 clubes. Por fim, no ano de 1979 o seu máximo, que foram 94 clubes. Isso foi reflexo da interferência política do regime autoritário que governava o Brasil desde o golpe de 1964. Na época havia um bordão para mostrar como o estado estava envolvido com o futebol brasileiro. Este era: “onde a ARENA vai mal, mais um no Nacional. Onde a ARENA vai bem, outro time também”. A ARENA era a sigla de Aliança Renovadora Nacional, o principal partido de sustentação política do governo militar.

A crise manifestava-se na falta de autonomia dos clubes, na aliança entre as federações e a CBD com as ligas dos clubes do interior dos estados e na incapacidade de ajustar o calendário das competições regionais e do campeonato brasileiro por serem demasiadamente longas. Todas essas premissas afetavam a estrutura do futebol no Brasil levando-o a sua desorganização. Enquanto isso, na Europa acontecia o contrário, uma vez que a estrutura do futebol passou a ser organizada e cada vez mais profissional. Desse modo, o futebol brasileiro passou a perder espaço no cenário internacional (HELAL; GORDON, 2002).

A presença de clubes de vários locais do país, através de interferência política, fez com que o campeonato brasileiro de futebol tivesse uma queda de nível. Essa situação ficou ainda mais difícil em 1975, quando o congresso nacional aprovou a Lei nº 6.251, que, entre outras medidas, institucionalizava o voto unitário nas federações e confederações. Aparentemente essa lei apresentava-se como moderna e democrática, mas na prática dava as pequenas ligas de clubes do interior a barganha e o poder de controlar as federações de acordo com seus interesses (HELAL; GORDON, 2002). Além disso, outros aspectos como o amadorismo dos dirigentes dos clubes e federações, as relações baseadas em relações interpessoais, as trocas de favores, a perpetuação no poder e o oportunismo para cargos políticos impactaram o futebol nacional até os dias atuais. Estes elementos estão no livro “Futebol, Paixão e Catimba” baseado na bibliografia do dirigente Osório Vilas boas, presidente do Esporte Clube Bahia nas décadas de 1950 e 1960.

A rápida transformação do Brasil, de um país rural para outro urbano, levou ao aumento da densidade populacional nas cidades do país em um período muito curto. Nos anos 1970, a maioria das grandes cidades apresentava um anel urbano periférico, povoado predominantemente pelas classes economicamente desfavorecidas. Nesse período, houve ainda uma maior concentração de renda e o surgimento de *clusters* de marginalidade e criminalidade. Nesse contexto, começaram a surgir às torcidas organizadas. Em um primeiro momento eram

formadas por grupos de jovens que se distinguiam na forma de torcer e viver. Tratava-se também de uma forma de contestação de jovens contra a diretoria dos seus times, em meio a um regime autoritário. Esses protestos de torcidas evoluíram para a violência e a rivalidade com outras organizadas. Desse modo, a violência no futebol aumentou proporcionalmente com o crescimento dessas torcidas organizadas (HELAL; GORDON, 2002).

No final dos anos 1970 e em toda a década de 1980, período econômico chamado de década perdida, houve a gradativa diminuição de público nos estádios. Após o esgotamento do “Milagre Econômico” nas décadas de 1960 e 1970 o país entra no processo de recessão, desemprego e hiperinflação na década de 1980. Isso causou a perda do poder de compra da população e conseqüentemente o seu empobrecimento. O público dos estádios diminuiu e os clubes começaram a passar por problemas financeiros. Isso fez com que houvesse o êxodo de jogadores brasileiros para o exterior a partir de 1982. Como consequência, as finanças dos clubes eram socorridas de forma imediatista através da venda de jogadores, em detrimento da qualidade dos campeonatos nacionais (HELAL; GORDON, 2002).

No meio da década de 1980, com a instituição da democracia no ano de 1985, os clubes de futebol, pela primeira vez, passaram a ter mais independência do estado. Essa independência não ocorria desde o tempo do governo Getúlio Vargas e foi ainda mais enfraquecido com a instituição do regime militar. Em 1987, foi realizado o primeiro Campeonato Brasileiro, gerido por equipes, através da liga dos clubes dos 13. Essa liga era constituída pelos maiores clubes do Brasil e que detinham cerca de 80% das torcidas de todo o país. Os clubes participantes eram: Flamengo, Corinthians, Vasco, São Paulo, Fluminense, Palmeiras, Botafogo, Santos, Atlético Mineiro, Cruzeiro, Grêmio, Internacional e Bahia.

O campeonato de 1987 incorreu desde o início em polêmicas, principalmente com a venda dos direitos de imagem à emissora de TV Rede Globo, que transmitia os jogos ao vivo. As críticas e dúvidas se referiam à diminuição ou não do público nos estádios. A resposta veio durante o campeonato com uma grande média de público, de 20.000 pessoas por jogo, sendo esta uma das maiores médias do Campeonato Brasileiro. Essa foi uma demonstração de que um dos determinantes para a diminuição do público era a qualidade e quantidade de clubes no campeonato. Outro motivo de discussão, e que se estende, até hoje, seria a cota recebida da emissora, por cada clube. A CBF que em 1979 substituiu a CBD no Gerenciamento do Futebol Brasileiro, por decisão do Ministério da Educação e Cultura, que desmembrou a CBD em várias modalidades esportivas, cada qual com a sua própria confederação, inicialmente desistiu do

gerenciamento do campeonato nacional de 1987 alegando falta de recursos financeiros. Com essa falta de recursos, a CBF deu aos clubes o direito de realizar um campeonato nacional próprio. Com o sucesso mostrado pelo nacional de 1987 a CBF retomou-o no meio deste campeonato e obrigou aos clubes a decidirem em um quadrangular entre campeões e vice-campeões dos módulos verde e amarelo. Esses módulos eram considerados respectivamente como a primeira divisão e a segunda divisão do campeonato. O Clube dos 13, não aceitando a determinação, fez com que o campeão tivesse que ser decidido judicialmente. A maior consequência foi o contrato quebrado, pela Rede Globo, de quatro anos com os clubes dos 13, de maneira que o campeonato votou a ser administrado pela CBF.

Durante esse período de crise, o futebol Brasileiro foi atingido com uma severa crise econômica que levou a algumas inovações. Em 1977 os estádios passaram a ter placas de publicidade e o dinheiro era dividido entre o estádio e a federação. No ano de 1983, os clubes, em busca de recursos, passam a exibir nas suas camisas as propagandas de empresas. No início ocorreram críticas dos torcedores por violar o que chamavam de “manto sagrado” de cada clube. No entanto, houve adaptação dos torcedores e as críticas desapareceram (HELAL; GORDON, 2002).

Na década de 1990 a ideia de livre mercado e redução da participação do estado na economia também afetaram o futebol brasileiro. Para a Secretária dos Esportes, que tinha *status* de ministério, foi convidado o ex-jogador de futebol Zico. Este lançou o projeto de lei que visava à transformação radical da legislação esportiva, concedendo autonomia a clubes e federações. Além disso, também permitia a profissionalização dos dirigentes e extinguiu a lei do passe. Essa lei ficou conhecida como Lei Zico. O objetivo era a gestão profissional entre clubes, federações e parceiros privados. A abertura de mercado criou alguns problemas e no ano de 2002 foi criada a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar denúncias de corrupção entre empresas privadas, clubes e CBF. O período terminou com o fracasso da Copa João Havellange, com uma média de público de menos de 10.000 pessoas por jogo, fato esse agravado por um acidente no estádio de São Jenuário no Rio de Janeiro, no jogo final entre o Clube de Regatas Vasco da Gama e a Associação Desportiva São Caetano. Logo, mesmo com a Seleção Brasileira de futebol ganhando a Copa de 1994 e indo para a final de 1998 o futebol brasileiro não conseguiu superar a sua crise (HELAL; GORDON, 2002).

### 2.2.3 O campeonato brasileiro por pontos corridos (2003-2014)

Em 2002, o projeto do campeonato brasileiro disputado através dos pontos corridos se tornou realidade através da exigência dos clubes por justiça esportiva, pressões exercidas pela imprensa e a tendência de organização europeia. Podemos também afirmar que o governo por meio do estatuto do torcedor (Lei nº 10.671), assegurou maior transparência a CBF através de normas elementares. Ou seja, ficou claro que não haveria mais convites, apadrinhamentos e indicações para participar da competição nacional. Isso fez com que a forma de disputa do campeonato pudesse ser repetida a partir de 2002. Além disso, foi permitido o anúncio do calendário esportivo com antecedência nunca vista antes no Brasil (REIS; TELLES, 2011).

As mudanças a partir de 2002 promoveram uma revolução organizacional nos clubes. Estes puderam fazer previsões orçamentárias e de receitas, projeções de fluxos de caixa e a mensuração do tempo de exposição da marca do clube junto à mídia. O resultado foi o fortalecimento dos clubes junto aos patrocinadores. O futebol brasileiro adentrou no período de profissionalismo e foi permitido aos torcedores se organizarem com a antecedência da publicação do calendário esportivo. A compra de planos de ingressos para toda a temporada antes mesmo do início do ano começou a ser praticado no Brasil e a TV pode comercializar jogos por meio de pacotes de transmissão, canais fechados e comerciais. Nesse sentido, no início do século XXI, o futebol Brasileiro deu seus primeiros passos para torna-se um produto de consumo interno e de exportação (REIS; TELLES, 2011).

Os Campeonatos Brasileiros da série A e da série B são baseados em disputas entre um número determinado de clubes que jogam entre eles em turno e retorno, no qual o time que faz mais pontos se consagra o campeão da competição. A renda da partida proporcionada pelo público pagante total é do time mandante do jogo. Com essa fórmula o rebaixamento e o acesso ficaram claros. Nas fórmulas antigas não era dada a clareza e muitas vezes não se tinham divisões de acesso. Isso diminuía a concorrência, pois os times não possuíam preocupações em não participar do campeonato do ano anterior. Com os pontos corridos confirmaram-se sempre às divisões de acesso, chamadas de série B, série C e série D, sendo estas duas últimas não disputadas por meio de pontos corridos por restrições de recursos.

O número de clubes que disputou a série A mudou ao longo do tempo. De 2003 a 2004 o campeonato teve 24 clubes. Em 2005 foi disputado por 22 times, e a partir de 2006 em diante foi disputado por 20 clubes, com o descenso e acesso de 4 times. Nesses últimos 12 anos do Campeonato Brasileiro observou-se o fortalecimento de um *campo esportivo*, entendido como

um sistema de instituições e de agentes diretamente ou indiretamente ligados à existência de práticas e de consumos esportivos no setor do futebol, como subsetor do setor econômico de cultura, esporte e entretenimento. Esse fenômeno foi previsto por Pierre de Bourdieu em um congresso de historiadores do esporte em 1978. O *campo esportivo* é um produto da pós-modernidade que foi iniciada com o fim da guerra fria e baseia-se na mercantilização de todas as relações sociais (ALVITO, 2006). Portanto, o esporte é transformado, por meio da globalização, em esporte-espetáculo, mais um supérfluo que se torna indispensável na lógica consumista do sistema. Nessa última década, o futebol brasileiro foi alçado a se tornar um megaevento para ser comercializado, com um espaço naturalizado na sociedade.

Existe uma diversidade de produtos vendidos em todos os continentes, pelas multinacionais que produzem materiais esportivos e pelas novas mídias. Por meio de smartphones, por exemplo, com acesso à internet, novas formas inéditas de consumo do espetáculo esportivo também estão surgindo (ALVITO, 2006). Nesse contexto, diferentes campeonatos nacionais entram em concorrência. O perdedor acaba por adquirir a cultura e as informações do vencedor. A consequência foi que o Campeonato Brasileiro de Futebol precisou se profissionalizar no intuito de não perder mais espaço para os campeonatos Europeus ou qualquer outro baseado no consumo dos produtos ligados ao futebol.

Os problemas atuais no futebol brasileiro, tais como o endividamento dos clubes, é originada na mudança da valoração deste como um amalgama que une a sociedade brasileira para um produto pulverizado em cada categoria de consumidor. A modernidade atual difere da modernidade alcançada pelo futebol brasileiro na década de 1930. Nessa década foi concluída a profissionalização dos jogadores, a sacralização do futebol (como camisas dos clubes, bandeiras, jogadores e jogos idealizados) por meio da imprensa e a interferência do estado como promotor do esporte. Na modernidade atual é prezado o distanciamento do estado da atividade esportiva, a profissionalização dos dirigentes e a transformação do clube em empresa. Logo, o futebol se tornou um produto que deve ser vendido no mercado mundial e cada vez menos associado ao imaginário popular brasileiro (HELAL; GORDON, 2002).

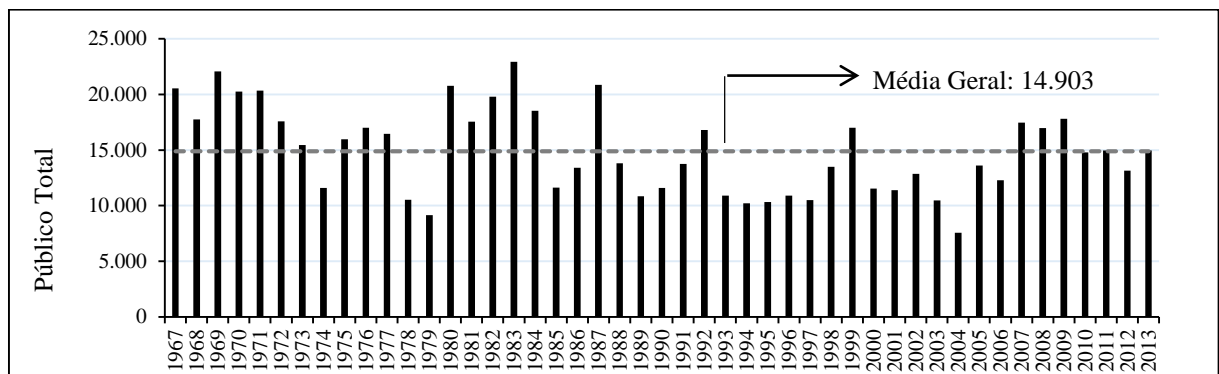
O futebol está se transformando em um produto de consumo e criando várias faixas de consumidores. O torcedor está se transformando em consumidor e os clubes em empresas responsáveis por provê-los de produtos ligados ao futebol. Portanto, as escolhas dos dirigentes do futebol brasileiro, nesse início de século XXI, serão importantes para mostrar o caminho do futebol nacional ao lado dos seus concorrentes estrangeiros. A tomada de decisões e o

profissionalismo no futebol brasileiro irão decidir o lugar, de destaque ou não, deste esporte e setor da atividade econômica no cenário mundial.

### 2.2.4 O desenvolvimento do campeonato brasileiro

Esta seção analisa algumas estatísticas que permitem gerar algumas conclusões sobre a evolução do Campeonato Brasileiro da série A. O Gráfico 2 apresenta a evolução da média de público do Campeonato Brasileiro por edição, ao longo dos anos.

Gráfico 2- Média de público do Campeonato Brasileiro (1967-2013)

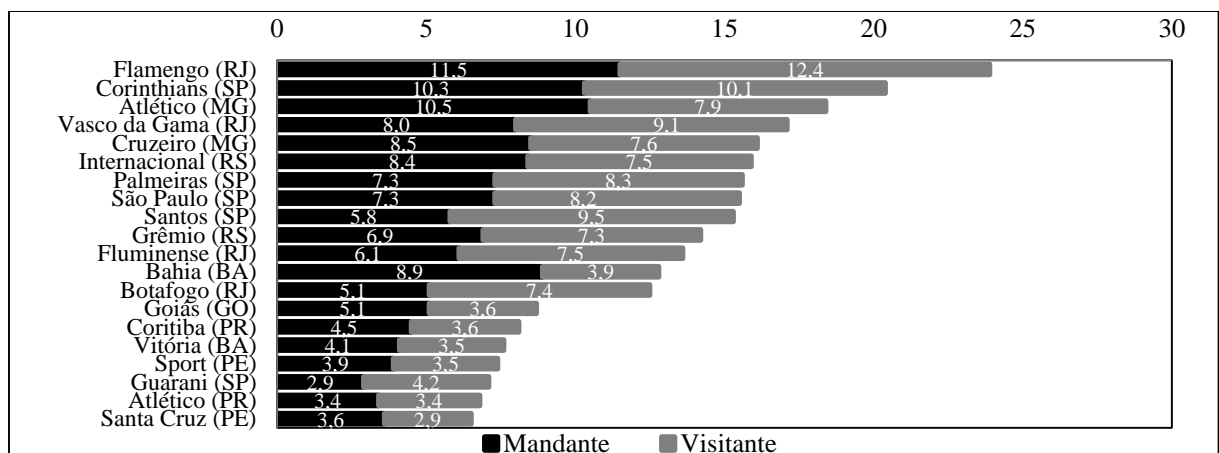


Fonte: PAIVA, 2014

É possível observar que a média de público foi de 14.903 ao longo da história do campeonato. Na década de 1970, essa média foi de 14.100 torcedores por jogo, enquanto que na década de 1980 aumentou para 16.900. Desde então vem caindo, sendo 12.400 torcedores na década de 1990 e 11.600 na década de 2000. Os campeonatos de pontos corridos, a partir de 2007, fez com que a média de público voltasse a aumentar.

O Gráfico 3 é a média de público acumulado pelos 20 principais clubes no campeonato brasileiro de 1971 a 2006.

Gráfico 3- Total de público acumulado dos 20 principais clubes no Campeonato Brasileiro (Milhões de pessoas)



Fonte: GOLDEN GOAL, 2007, p.19



Analisado o Gráfico 3, pode-se concluir: (i) apresenta a lista dos 20 clubes com maior quantidade de público acumulado na história da primeira divisão do Campeonato Brasileiro até o ano de 2006; (ii) é observado que o Flamengo foi o clube com maior público acumulado, totalizando 23,9 milhões de torcedores; (iii) o Bahia, com 12,8 milhões de torcedores apresentou o 12º maior público. No entanto, o clube ficou na 4º posição como mandante; (iv) isso indica a importância da mídia, centralizada no eixo Sul-Sudeste do Brasil, para a adesão de novos torcedores de localidades mais afastadas da cidade do clube. Desse modo, a maior cobertura midiática interfere no público do time visitante; (v) por outro lado, os dados mostraram a importância da concentração regional do PIB no Brasil, para o fortalecimento dos clubes do Sudeste do Brasil.

As observações retiradas do Gráfico 3, oferecem como conclusão para o maior público acumulado nos estádios entre os clubes brasileiros a importância do PIB e da mídia. Ou seja, os primeiros clubes em termos de público em seus jogos são oriundos das regiões Sul e Sudeste do Brasil. Essas regiões historicamente possuem os maiores PIBs da federação e sediam as principais empresas midiáticas do Brasil. Com isso, é observado a fidelidade da torcida do Esporte Clube Bahia, que nos jogos dentro de “casa” está em quarto lugar. Desse modo, caracterizando uma exceção à regra por estar à frente de clubes das regiões Sul e Sudeste.

Enfim, conclui-se neste capítulo que a crise no futebol brasileiro é um produto do choque do romantismo do torcedor com a necessidade premente do clube se profissionalizar. Ou seja, a relação do clube com o seu público transformou-se em um sistema mercantilizado de atendimento ao torcedor/cliente/consumidor por seguimentos de preço. Essa ressalva é completamente incorporada pela filosofia das recentes arenas multifuncionais construídas para a Copa do Mundo de Futebol no Brasil. Desse modo, o futebol brasileiro ainda vai passar por mais crises oriundas do conflito dessa dicotomia: romantismo versus profissionalismo.

### 3 O FUTEBOL BAIANO E O ESPORTE CLUBE BAHIA

Neste capítulo será apresentada evolução do futebol no estado da Bahia, desde o seu surgimento até o período recente de mudança estrutural no ECB. Inicialmente serão apresentados os precursores do futebol no estado. Em seguida, serão apresentados os elementos históricos do ECB e sua popularização no estado, em particular na cidade de Salvador. No final do capítulo será analisado o período recente de mudanças estruturais no clube, e a possível tendência de transformação do torcedor em cliente/consumidor, no contexto da economia do esporte.

#### 3.1 FUTEBOL NO ESTADO DA BAHIA

O futebol na Bahia é praticado desde o início do Século XX. O esporte foi trazido pelo jovem José Ferreira Junior, também conhecido por Zuza Ferreira (Zuza). Este era filho de um tesoureiro do *Bank of London*, que pertencia à classe média alta de Salvador. Zuza Ferreira foi enviado à Europa para estudar na última década do século XIX, lá passou aproximadamente uma temporada de 5 anos. Na Inglaterra, Zuza conheceu o futebol e se apaixonou por sua prática, trazendo-o para a Bahia e o difundido entre os seus conhecidos (CADENA, 2014). No início, o futebol era praticado como atividade esportiva de jovens da elite, mas rapidamente chegou a outras classes sociais (CAFÉ, 2013).

Em 25 de outubro de 1901, o jovem Zuza Ferreira chegou em Salvador através do navio Clyde, acompanhado do seu pai. Este trouxe algumas bolas de futebol, feita de couro e outros materiais, além de regulamentos do esporte britânico. No primeiro final de semana depois da sua volta, Zuza Ferreira reuniu os seus amigos no campo dos Martyres e realizou o primeiro “jogo de bola”, como ficou inicialmente conhecida por populares de Salvador uma partida de futebol. Partidas desse tipo, seriam mais tarde chamadas de “baba”. Ele reuniu em um terreno de areia os irmãos Tapioca, os Petersen e os Drumond todos pertencentes à elite soteropolitana. O gol foi improvisado a partir de pedras e os times foram separados em um goleiro, dois zagueiros e cinco atacantes. A partir dessa partida o futebol se popularizou pela cidade (CADENA, 2014).

Apesar do empenho pela introdução do futebol na Bahia, Zuza não levou a sério o esporte, uma vez que não há registros de sua presença nas escalões dos jogos que foram realizados naquele tempo. Este trabalhava profissionalmente no *Bank of London*, na filial do bairro do Campo

Grande. Desse modo, Zuza foi apenas o vetor de propagação de uma novidade com o intuito de popularizá-la (CADENA, 2014).

O futebol baiano no início da sua prática foi jogado na Quinta da Barra, no Rio Vermelho, na Fonte do Boi, no Papagaio, no Campo da Pólvora e no Barbalho. Somente em 1922 foi construído o primeiro estádio para torcedores, o conhecido estádio da Graça. Em 15 de novembro de 1904 na república paulista, no largo Palma, no bairro da Mouraria, foi fundada a primeira liga de futebol no estado da Bahia, chamada de Federação Bahiana de Desportos Terrestres (FBDT) e atualmente de Federação Bahiana de Futebol (FBF). Os clubes fundadores eram o São Paulo Club, Clube Internacional de Cricket, Sport Club Victoria (atual Esporte Clube Vitória) e o Sport Club Bahiano (primeiro clube exclusivamente de futebol da Bahia, fundado em 1903) (SANTOS, 2012).

Essa liga foi fundada por uma elite para distanciar-se, naquele momento, de clubes populares. O sentido da organização da FBDT significava manter o padrão europeu em torno da cultura esportiva, monopolizar a prática, afastar-se das camadas entendidas como não civilizadas e viciosas, além de dificultar os rivais populares no acesso as poucas praças esportivas que existiam na cidade. Por ter sido fundado por paulistas, era inspirada na Liga Paulista de Futebol, a primeira liga fundada no Brasil em 1901. A FBDT foi a segunda liga mais velha do país e a primeira do Nordeste. Os organizadores eram do estado de São Paulo e estudavam na Faculdade de Medicina da Bahia. Estes implantaram um regulamento elitista, excludente e com teor racista, ou seja, não aceitava pobres, desempregados e negros (CAFÉ, 2013).

Na cidade de Salvador existiam pelo menos 15 clubes de futebol, mas por motivos descritos acima o campeonato foi disputado por quatro clubes aristocráticos. O São Paulo Club, por falta de jogador, pois os outros times acabaram por adquiri-los, resolveu desistir de participar do campeonato, que seria realizado no ano de 1905. Em seu lugar entrou o Club de Regatas São Salvador, que se originou de desentendimentos entre integrantes do Club de Cricket Victoria, atual Esporte Clube Vitória. Desse desentendimento, surgiu a primeira rivalidade do futebol baiano (SANTOS, 2012).

Na realização do campeonato, surgiu a primeira dificuldade. Um circo estava montado no campo onde seria realizada a competição. No entanto, foi negociado a retirada do circo e o proprietário, incentivador dos esportes, cedeu cadeiras para as moças da aristocracia sotero-politana assistirem os *matches*. Enquanto isso, os jornais elogiavam os jovens da alta

sociedade que “jogavam bola”, quanto aos jovens pobres, estes eram acusados de “desordeiros e vagabundos” (SANTOS, 2012).

O primeiro jogo realizado na liga foi entre Internacional e o Victória. O placar foi um triunfo de 3 a 1 para o Internacional. A torcida aumentava a cada ano e os clubes aristocráticos já se viam incomodados. Isso porque as pessoas pobres, que assistiam às partidas, eram acusadas de desordem e vícios, como apostas durante os jogos. Estes clubes saíram da liga no ano de 1912, pois não aceitavam enfrentar clubes populares. Eles só retornariam ao campeonato em 1920. Esse primeiro período do futebol baiano de 1905 a 1912 pode ser chamado de fase do lazer, distração e diferenciação de status social. A liga do futebol baiano não permitia equipes de classes sociais inferiores. Esse intervalo de tempo é caracterizado por um novo modo de lazer e socialização das classes abastadas introduzida na cidade de Salvador.

Do período de 1912 a 1930 foi verificada o domínio de duas equipes rivais, porém populares. O Sport Club Ypiranga (na atualidade Esporte Clube Ypiranga) e o Botafogo Sport Club da Bahia. O primeiro foi fundado por jovens das classes menos favorecidas e foi o primeiro clube de Salvador a ter jogadores negros. O Segundo foi fundado por um sargento do corpo de bombeiros de Salvador. Os clubes aristocráticos só retornariam em 1920, tentando controlar uma nova liga, mas posteriormente foram obrigados a aderirem a liga dos clubes populares. Os dirigentes desses clubes mais abastados, principalmente os da Associação Atlética e do Bahiano de Tênis viabilizaram a construção do Campo da Graça.

O Campo da Graça foi o primeiro estádio de arquitetura moderna e com arquibancada para torcedores e vestiários para jogadores em Salvador. Além disso, também oferecia estacionamentos, que muitas vezes serviam como camarotes. Essa construção pertencia a um conjunto de projetos visando a modernização e revitalização, do governador José Joaquim Seabra na capital do estado da Bahia. Esses projetos deram forma a avenida Sete de Setembro, Avenida Oceânica e a reforma da Rua Chile. Os projetos tinham como objetivo fazer com que alguns espaços da cidade se tornassem lugares de convergência social. Portanto, os logradouros públicos não seriam mais lugares de passagem e sim de permanência. Nessa nova forma de pensar a cidade, surgiu mais sorveterias, cafés, lojas e praças ajardinadas (CAFÉ, 2013).

A segunda fase do futebol baiano veio com a construção do estádio Arthur Morais, o Campo da Graça, que permitiu a evolução e a maior popularidade desse esporte no estado. Isso foi mostrado pela convocação do jogador do Botafogo da Bahia Alfredo Pereira de Mello, o Mica, para a seleção brasileira no campeonato Sul-Americano de 1923. Além disso, em 1934 a seleção

baiana ameaçou a hegemonia da dupla Rio de Janeiro e São Paulo no nacional de seleções estaduais, ao vencer o estado de São Paulo. Por fim, a filosofia do esporte na Bahia mudou, pois os cronistas, médicos, intelectuais e educadores baianos valorizavam o esporte como o progresso da cidade, o cultivo e higienização do corpo e ao estímulo a competição. Portanto, o esporte não é mais visto como um passatempo de uma classe nobre. Uma vez que após a primeira guerra mundial, difundia-se a ideia de que um exército vencedor deveria ter pessoas atléticas e com um alto nível físico (CAFÉ, 2013).

A terceira fase do futebol baiano foi iniciado com a criação do Esporte Clube Bahia em 1931. No decorrer dessa fase foi construído o estádio da Fonte Nova em 1951, surge na década de 1950 a polarização do campeonato baiano entre os clubes Bahia e Vitória, conhecido como a dupla Ba-Vi e o declínio dos outros grandes clubes da cidade. Nessa evolução, pode ser citado a participação de clubes do interior, a partir de 1956, com o Fluminense de Feira, da cidade de Feira de Santana. Essa fase chegou ao fim, com a implosão da antiga Fonte Nova, no dia 29 de agosto de 2010, para ser construída em seu lugar o moderno estádio Arena Fonte Nova.

Na terceira fase do futebol baiano foram conquistados os seus dois maiores títulos pelo Esporte Clube Bahia. Esses títulos são conquistas do primeiro campeonato brasileiro, realizado em 1959, e de outro campeonato brasileiro em 1988. Além disso, também foram conquistados três vice-campeonatos brasileiros. Dois com o Esporte Clube Bahia em 1961 e 1963 perdendo ambos para o time do Santos Futebol Clube, e um com o Esporte Clube Vitória no campeonato Brasileiro de 1993 contra a Sociedade Esportiva Palmeiras de São Paulo.

A partir de 1950, houve um grande domínio da dupla Bahia e Vitória no futebol baiano. Estes dois clubes só deixaram de participar de uma final do campeonato baiano nesse período, na final de 1968 entre Galícia e Fluminense de Feira. No entanto, este campeonato foi vencido por um clube da capital, o Galícia. De 1931 a 1989 o Bahia teve uma grande hegemonia do futebol baiano, aumentada com o declínio do Vitória na década de 1980. O Vitória obteve a hegemonia do campeonato baiano entre 1995 a 2010. Isso foi facilitado pelo declínio da gestão do Esporte Clube Bahia que culminou numa ação judicial oficializando as eleições diretas dos sócios do clube em 2013.

No final dessa terceira fase o futebol baiano perdeu sua grande praça esportiva, a antiga Fonte Nova entre 2007 a 2013. Essa perda foi causada pelo acidente que vitimou sete torcedores do Esporte Clube Bahia em novembro de 2007. Nesse período o Bahia passou a disputar seus jogos

no Estádio Governador Roberto Santos, também conhecido como Estádio Metropolitano de Pítuaçu até o ano de 2013.

A quarta fase do futebol baiano se inicia através da confluência de um conjunto de acontecimentos, a partir de 2010 para os times da capital do estado. Para os demais times do restante do estado, a situação continuou praticamente inalterada, de maneira que não se verifica um terceiro time que ameace a hegemonia dos dois principais times da capital do estado, o Esporte Clube Bahia e o Esporte Clube Vitória.

Em 2010, o Bahia retornou à primeira divisão do futebol brasileiro após 7 anos. No mesmo ano o Vitória caiu para a segunda divisão, voltando para a primeira divisão ao final de 2012. O Bahia permaneceria na primeira divisão desde então. No entanto, em 2013, foi inaugurado o novo estádio em Salvador, a Arena Fonte Nova, que permite a realização de partidas dentro de um novo padrão de espetáculos e fidelização do torcedor/cliente/consumidor. Mesmo com os dois principais times da Bahia caindo para a segunda divisão do campeonato nacional, ao final de 2014, esta nova fase vem se consolidando. Isso porque, esses clubes estão se estruturando profissionalmente. O processo de intervenção e democratização ocorrido no Bahia em 2013 praticamente consolidou o início dessa nova fase do futebol no estado. Nesse sentido, é preciso a compreensão do comportamento do torcedor baiano nesse cenário de fundamental importância para os clubes da capital soteropolitana.

### 3.2 ESPORTE CLUBE BAHIA NO CONTEXTO RECENTE DA ECONOMIA DO ESPORTE

O Esporte Clube Bahia (ECB) é o maior e também o detentor das maiores glórias na região Nordeste do Brasil. O clube foi fundado no dia 1º de janeiro de 1931, sendo o primeiro campeão brasileiro, em 1959, e também representante do Brasil na maior competição das Américas, a Libertadores no ano de 1960. Este possui no seu histórico a façanha de ser o único bicampeão brasileiro do norte-nordeste do Brasil, além de ser detentor de 46 títulos estaduais. A torcida do ECB é conhecida por sua paixão, devoção, anarquia e exigência. Essa torcida também é considerada pelas empresas esportivas como um consumidor que traz retorno aos investimentos associados à marca do Bahia. A 5ª pesquisa Lance!-Ibope de 2014 sobre as torcidas de clubes de futebol, no Brasil, mostra que o ECB possui a 12ª maior torcida do país, atrás apenas dos principais clubes do eixo Sul-Sudeste. Por fim, trata-se também de um dos clubes mais democrático do Brasil, uma vez que a partir de 2013 seus sócios podem escolher o conselho diretivo e o presidente do seu clube por eleições diretas.

### 3.2.1 Elementos históricos do Esporte Clube Bahia

O Esporte Clube Bahia foi fundado no dia 1º de janeiro de 1931 na cidade de Salvador, capital do estado da Bahia. As resoluções para a criação do clube foram iniciadas no dia 8 de dezembro de 1930, dia de comemoração da Nossa Senhora da Conceição da Praia, dia santo em Salvador. Na ocasião, foi realizada uma reunião de ex-integrantes dos clubes da Associação Atlética da Bahia (AAB) e do clube Bahiano de Tênis, no cabaré do Jockey Club, também em Salvador. Esses dois clubes citados foram campeões baianos de futebol, respectivamente em 1924 e 1927. Este decidiram extinguir seus departamentos de futebol para o campeonato baiano de 1931, deixando os seus integrantes sem clube. Isso fez com que parte de seus antigos integrantes buscassem preservar o espírito esportivo em um novo clube (MENDES JR, 2001).

No dia 12 de dezembro de 1930 mais de 70 pessoas, a maioria ligada aos dois clubes desistentes, deliberou sobre a criação de um novo clube de futebol baiano. A assembleia foi presidida por Otávio Carvalho e secretariada por Fernando Tude e Aroldo Maia. O diretor interino do Diário da Bahia, Jornal de Salvador na época, Otávio Carvalho foi nomeado para o cargo de presidente, provisoriamente, do até então grafado Sport Club Bahia. Finalmente, no primeiro dia do ano de 1931, o Bahia foi fundado, sob o *slogan* “Nascido para Vencer”, em reunião na casa nº 57 da Rua Carlos Gomes, em Salvador (MENDES JR, 2001).

No dia 16 de janeiro de 1931, o Bahia passou a existir legalmente através da publicação dos seus estatutos no diário oficial da Bahia. No dia 20 de fevereiro do mesmo ano o clube foi filiado à Liga Bahiana de Desportos Terrestres (LBDT) e no dia 22 de fevereiro faz seu primeiro treino na quinta da Barra, mais precisamente no campo da AAB. Finalmente, a primeira partida do ECB foi realizada no dia 1º de março, contra o time do Esporte Clube Ypiranga, onde venceu pelo placar de 2 a 0. Gols de Bayma e Guarany, cabe destacar que na mesma partida o goleiro do Bahia, Teixeira Gomes, também defendeu uma penalidade. A partida de futebol durou 20 minutos e foi válida pelo Torneio Início do campeonato estadual.

Em todo esse processo houve a escolha do nome do clube, que ficou entre Atlético Bahiano Football Club e Sport Club Bahia. Este último foi o escolhido pela maioria dos associados. As cores ficaram entre o azul do clube AAB e preto do clube Bahiano. Mas logo o preto foi preterido por ser considerada na época uma cor que trazia “azar”. Pela iniciativa de Waldemar de Azevedo Costa, o branco, do clube Bahiano, o azul, da Associação, e o vermelho foram as cores sugeridas. Nesse momento, todos concordam e gritam “Bahia, Bahia, Bahia”. O distintivo foi baseado na bandeira da Bahia e foi desenhado por Raimundo Magalhães, e mantido até os

dias atuais no mesmo padrão. O primeiro presidente do Esporte Clube Bahia foi o jovem médico Waldemar Costa (MENDES JR, 2001).

Os dois clubes que deram origem ao Bahia tinham uma linhagem aristocrática. Mas as pessoas que fundaram o Bahia não tinham qualquer ligação com a direção desses clubes, sendo apenas jogadores. Os clubes fundadores, Associação Atlética da Bahia e o Bahiano de Tênis, eram rivais e seus componentes nutriam uma profunda competitividade entre eles. O Jurista Orlando Gomes, apaixonado torcedor do Bahia, destacou em um artigo para uma revista que comemorava os 50 anos do clube que este apenas tinha a fama de “grã-fino”. Isso porque seus jogadores, em sua maioria, se diferenciavam dos times mais populares da época (Botafogo Sport Club e Esporte Clube Ypiranga) por causa da cor clara, além de serem bem-nascidos e possuir um *status* social mais elevado em Salvador (MENDES JR, 2001).

O Esporte Clube Bahia, contudo, nasceu forte, mas não necessariamente rico. Os seus quadros eram oriundos da pequena burguesia da época e constituídos por profissionais liberais, funcionários públicos, jornalistas, pequenos empresários e estudantes. Com isso, suas diretorias tiveram sucessivos altos e baixos em suas gestões. O clube não pertencia ao chamado alto comércio da época formado por banqueiros, exportadores, industriais do açúcar, fabricantes de tecidos e outros que concentravam a aristocracia da cidade de Salvador na época. A classe de integrantes do clube na época se origina no período da revolução de 1930, com a política de industrialização através do processo econômico de substituição de importações. A formação recente de um mercado interno consumidor e tendo como dinâmica a ampliação da classe média no Brasil dava sustentação à classe de profissionais que se formava na época como a base do Esporte Clube Bahia.

No primeiro ano de fundação do clube o slogan “Nasceu para vencer” foi consolidado, pois o Esporte Clube Bahia foi campeão do Torneio Início e do Campeonato Baiano de 1931. As décadas de 30 e 40 foram marcadas por altos e baixos, devido aos desacordos constantes entre membros da diretoria. Um período de crise aguda, que quase extinguiu o clube ocorreu com a contenda de um grupo de diretores em 1932. No início de 1940 o Bahia teve um time com um meio de campo constituído por dois argentinos e um italiano. Estes jogadores eram, respectivamente, Papetti, Avalle e Bianchi. O sucesso em termos de espetáculo, dessa formação, fez com que este seja considerado um dos melhores times em termos de meio de campo, da história do clube (MENDES JR, 2001).



Na década de 1930, o Bahia teve um jogador convocado para seleção brasileira, com o nome de Armandinho. Na maior conquista do futebol da Bahia, até então, o Campeonato Brasileiro de Seleções de 1934, sete jogadores eram do Bahia em sua formação titular. Na década de 1940 a torcida do Bahia ainda era pequena, mas era considerada barulhenta e aguerrida. Esta ocupava o lado B do estádio da Graça. Os times mais populares da época eram o Botafogo e o Ypiranga. No ano de 1946 o jornalista Aristóteles Góes, que foi fundador, atleta e primeiro orador do Bahia, em um artigo batizou o Bahia como “Esquadrão de aço”. Esse foi o pseudônimo conhecido até os dias atuais pelos torcedores do time. O Hino do Bahia foi criado também nessa década, pelo educador, torcedor e apresentador do programa de rádio “A hora da criança”, Adroaldo Ribeiro Costa.

Na década de 1950 o Bahia foi o primeiro vencedor na inauguração do novo estádio construído em Salvador, o Estádio da Bahia, depois renomeado para Octávio Mangabeira, e conhecido como Fonte Nova. De 1931 até 1952 o clube ganhou 58% dos Campeonatos Baianos disputados. Desse modo, ampliou o número de torcedores. Nesse período, surgiu um dos primeiros torcedores símbolos, de vários que viriam surgir para o clube. O conhecido “seu Ben”, ou Martins Benjamin, era motorneiro da linha de ônibus coletivo “circular”, marinho e funcionário da alfândega. Este comandava a torcida do time durante o espetáculo esportivo com “gritos” de estímulo para o Bahia vencer.

Em 1957 o Esporte Clube Bahia fez a sua primeira excursão internacional. O time foi para a Europa e jogou em países como Inglaterra, Alemanha, França e União Soviética. Foram disputadas partidas contra times como Chelsea, seleção da Tchecoslováquia, Bélgica, Holanda, o campeão nacional da União Soviética e entre outros. No regresso a Salvador, pela boa campanha em 29 jogos com 15 vitórias, 8 derrotas e 6 empates, foi recebido com festa pela torcida. Por ter lotado as ruas, daquele momento em diante, a torcida do Bahia já era a maior do estado. Muito dessa popularidade foi explicada pela união com o carnaval alcançado pelo Hino do Bahia. O hino feito para a torcida do Bahia por Adroaldo Ribeiro Costa foi redescoberto da década de 1940 e usado para a campanha vitoriosa “por 10 mil sócios, nenhum a menos” nos fins de 1956. Desse modo, isso mostra que sempre houve no clube uma tendência de grande representatividade e busca de apoio da torcida do ECB.

A excursão pela Europa fez com que o time ganhasse experiência por ter jogado e conhecido outras “escolas do futebol”. Essa experiência resultou em 5 campeonatos baianos seguidos (pentacampeonato) e no título de Campeão Brasileiro de 1959, além de ser duas vezes vice-

campeão contra o maior clube da década de 1960, que era o Santos de Pelé. A década de sessenta foi marcada pelo envelhecimento do time vitorioso do Bahia e que possibilitou a alcunha de “época de ouro do Bahia”, de 1957 a 1963. A partir desse período, registrou-se o maior período, até então, do Bahia sem ganhar títulos no futebol, que foi de 1963 a 1966. Desse modo, pode-se concluir que jogadores e experiências internacionais sempre trouxeram grandes ganhos ao clube. No entanto, isso não foi mantido ao longo do tempo.

Na década de 1970 o Bahia dominou o futebol baiano, pois só não foi campeão estadual em 1972. Neste ano, perdeu o título para o seu maior rival desde a década de 1950, o Esporte Clube Vitória. No Campeonato Brasileiro com maior duração desde 1967, o clube foi irregular. O Bahia teve boas posições, como 7º lugar em 1978, e ruim com a 46ª posição em 1979. No ano de 1978 foram iniciadas as obras do Centro de Treinamento do Fazendão finalizadas em 1979. Durante muitos anos, até metade da década de 1990, este foi considerado um dos centros de treinamentos de jogadores mais modernos do país. Sendo também uma das causas para o segundo título do Campeonato Brasileiro de 1988.

Os anos 1980 constituíram o período do segundo título Brasileiro. Nessa década o Bahia conseguiu ganhar 7 títulos estaduais, respectivamente 4 e 3 campeonatos seguidos. No Campeonato Brasileiro, conseguiu fazer bons campeonatos nos anos de 1985, 1986 e 1988. Como consequência, o clube obteve as maiores médias de público no Campeonato Brasileiro. As médias de público nesses anos foram de 41.497, 46.291 e 35.537, respectivamente. Isso mostrou que a torcida do ECB se constitui em um ótimo cliente em potencial, diante de espetáculos de boa qualidade e competitividade, possibilitando receitas provenientes de um público médio acima de 35.000 torcedores.

No ano de 1988, o clube venceu o Campeonato Brasileiro, no Rio Grande do Sul contra o time do Sport Club Internacional de Porto Alegre. Até os dias atuais, esta foi a única final de campeonato nacional que não teve nenhum time dos estados do Rio de Janeiro ou de São Paulo, além de registrar a maior distância entre as cidades do qual os clubes finalistas pertenciam. O ano de 1989, no entanto, foi ruim para o clube, mesmo com um bom início no Torneio da Copa Libertadores da América. O time campeão foi desfeito e não houve planejamento para conquistar um título continental da América do Sul. Nesse mesmo ano, perde o Campeonato Baiano para o Esporte Clube Vitória e faz um péssimo Campeonato Brasileiro, sendo ainda prenúncio dos anos ruins nas décadas de 1990 e 2000.

Os anos de 1990 foram marcados apenas por duas boas campanhas no campeonato nacional (1990 e 1994) e o rebaixamento para a segunda divisão em 1997. No Campeonato Baiano, o Vitória teve uma década um pouco favorável em comparação ao Bahia e conseguiu o seu primeiro tricampeonato. O Bahia não conseguiu retornar para a primeira divisão nos anos de 1998 e 1999, e em 2000 foi convidado junto com o Fluminense Football Club do Rio de Janeiro para disputar a Copa João Havelange. Este fato foi considerado uma estratégia política para retornar dois grandes clubes para a elite do futebol brasileiro, ficando conhecido pela imprensa esportiva como “virada-de-mesa”.

Os anos 2000 o time do Bahia foi rebaixado para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro em 2003 e depois para a terceira divisão em 2005. Este ficou sete anos fora da primeira divisão, retornando apenas em 2011. No Campeonato Baiano, o maior rival, o Esporte Clube Vitória acumulando oito títulos em dez anos, obtendo por duas vezes quatro títulos seguidos. Apenas o time do Colo-Colo de futebol e regatas, de Ilhéus, venceu em 2005. O Bahia ficou o maior período já registrado sem ser Campeão Baiano, 10 anos. Por fim, nessa década ocorreu o fato mais marcante da história do Bahia. No dia 25 de novembro de 2007, no jogo que marcaria o primeiro acesso na história do Bahia, para a série B saindo da série C, contra o time Vila Nova Futebol Clube, 7 torcedores do Bahia morrem em decorrência da queda de uma arquibancada no Estádio da Fonte Nova. Este acidente reduziu a animação dos torcedores pelo primeiro acesso do clube, de uma divisão para outra do Campeonato Brasileiro, conquistado dentro do campo.

Nessa década, em escassos períodos de bons resultados, foram conquistados o Campeonato do Nordeste em 2001 e 2002 e o acesso para a série A do Campeonato Brasileiro de 2010, em terceiro lugar de quatro vagas permitidas para participar da série A do ano posterior. Mesmo assim, com protestos dos jogadores por causa de salários atrasados. Nesse mesmo período foram muito corriqueiros e até mesmo comuns, os protestos de jogadores por causa de atrasos nos pagamentos de seus salários.

Esse período ruim para o clube, após a conquista do Campeonato Brasileiro em 1988, foi fruto de administrações ultrapassadas e calcadas em relações interpessoais, troca de favores, coação da oposição e completo fechamento democrático do clube (SANTOS; BARROS NETO, 2007). Cabe ressaltar que estes problemas ainda são comuns em muitos clubes brasileiros. Isso resultou em uma estrutura institucional ultrapassada e pode ter distanciado o clube do profissionalismo incentivado através das leis Zico, Pelé e do estatuto do torcedor. Entre 2011 e 2013, durante a

gestão do então presidente Marcelo Guimarães Filho, foram contratados 103 jogadores. Número necessário para armar mais nove times de futebol (ASSIS, 2013).

Em 2012, uma ação judicial de intervenção no clube foi movida, devido à suposta ilegalidade da reeleição indireta, realizada em dezembro de 2011, do presidente Marcelo Guimarães Filho e do respectivo Conselho Diretivo no Bahia. Essa primeira ação, em 2012, não deteve sucesso, e o então presidente obteve o seu mandato de volta. No entanto, em 11 de julho de 2013, o juiz Paulo Albiani designou como interventor o advogado e professor Carlos Ratis para dirigir o Esporte Clube Bahia e coordenar a realização de uma nova eleição. Nesse período foi reformulado por meio de um *referendum* o estatuto do clube. Dessa forma, as bases democráticas e populares do clube foram retomadas e novos sócios puderam se associar a um valor de R\$ 40,00. Isso fez com que mais de três mil sócios pudessem votar o *referendum* e também eleger o novo presidente do clube.






O novo estatuto dava pela primeira vez à torcida do Bahia o direito de voto para eleger o Presidente e o Conselho Diretivo para administrar o clube. Desse modo, no dia 07 de setembro de 2013, dia da independência do Brasil e agora também considerada como a independência do Esporte Clube Bahia, foi eleito pela primeira eleição direta no clube o Presidente Fernando Schimidt. O fato foi considerado como um Título Nacional e festejado efusivamente pela torcida do clube. O mandato desse presidente foi considerado temporário (“tampão”) e com validade até dezembro de 2014, quando seria convocada outra eleição direta para eleger o presidente que comandaria o Esporte Clube Bahia por três anos.

Nesse período de evolução, o Esporte Clube Bahia consolidou uma torcida de mais de seis milhões de torcedores em todo país e um número considerável de títulos profissionais. Desse contexto, o clube se preparou para uma nova fase, em que o próprio futebol brasileiro passou por dificuldades devido ao endividamento dos clubes, concorrência com espetáculos transmitidos ao vivo de jogos das ligas europeias, novos entrantes que absorvem técnicos e jogadores nacionais, como Estados Unidos, Rússia e china. Além disso, o futebol brasileiro sofreu a maior derrota e “humilhação” de sua história ao ser derrotado pela atual campeã mundial, a Alemanha, por 7 a 1 durante a semifinal da Copa do Mundo da FIFA realizado em solo brasileiro, em uma partida na cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais. Além dessas dificuldades, e ainda como reflexo da dura mudança estrutural do clube em 2013, o Esporte Clube Bahia terá que administrar um novo complicador, diante de sua torcida. Em 7 de dezembro de 2014, na última rodada do Campeonato Brasileiro de 2014, o time foi rebaixado

para a segunda divisão desse campeonato. Esses últimos fatos já exigem um maior aprofundamento das mudanças estruturais no clube.

O Quadro 1 mostra os títulos mais importantes conquistados pela equipe profissional do Esporte Clube Bahia ao longo dos seus 84 anos de atividades esportivas no futebol.

Quadro 1- Principais títulos profissionais conquistados pelo Esporte Clube Bahia

Troféu	Competição	Títulos	Temporadas
	Campeonato Brasileiro	2	1959 e 1988
	Copa do Nordeste	2	2001 e 2002
	Torneio dos Campeões do Nordeste	1	1948
	Taça do Norte-Nordeste	3	1959, 1961 e 1963
	Campeonato Baiano	46	1931, 1933, 1934, 1936, 1938, 1940, 1944, 1945, 1947, 1948, 1949, 1950, 1952, 1954, 1956, 1958, 1959, 1960, 1961, 1962, 1967, 1970, 1971, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1981, 1982, 1983, 1984, 1986, 1987, 1988, 1991, 1993, 1994, 1998, 1999, 2001, 2012, 2014 e 2015

Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

### 3.3 NOVOS ESTÁDIOS E TENDÊNCIAS NO FUTEBOL

A evolução econômica experimentada no Brasil na segunda metade dos anos 2000 foi reforçada com a confirmação da realização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA no país em 2014 e com as olimpíadas de 2016. Esses elementos criaram a necessidade da modernização dos estádios brasileiros para jogos de futebol. Os estádios do Brasil só serviam até então para a prática de futebol e estavam completamente obsoletos. Os conceitos internacionais de arenas multifuncionais passaram então a serem adotados no país. As arenas multifuncionais são estruturadas para receber famílias, parceiros de negócios, clientes e todo perfil de público. Deste modo as arenas multifuncionais abrigam jogos e prestam serviços comerciais a sociedade.

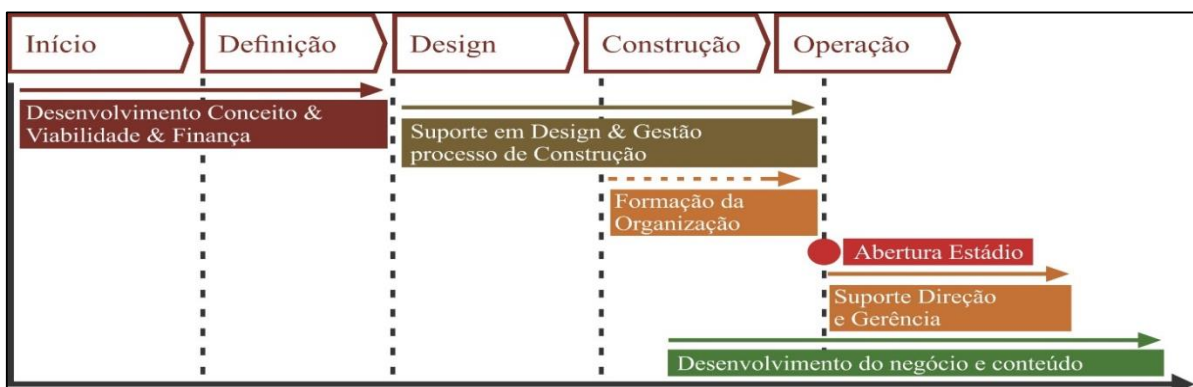
A história das Arenas multifuncionais pode ser compreendida a partir da construção do Coliseu, na Roma Antiga em 65 D.C. da nossa civilização. O estádio Era um espaço de entretenimento que visava abrigar uma série de atrações diversificadas. Essa construção histórica tinha capacidade para 50 mil pessoas sentadas e inclinação especial das arquibancadas, o que

proporcionava uma boa visão do espetáculo para todos os espectadores. Nessa construção, existiam rampas e elevadores de palco para dá mobilidade e entrada a uma gama de estruturas de apoio nas apresentações. No entanto, nas instalações do Coliseu não havia banheiro e nem restaurantes para os seus usuários (RUFINO, 2010).

No século XX, com o início das olimpíadas modernas, foi estimulado o aumento de adeptos as várias modalidades esportivas, tais como o futebol e o rúgbi. Nesse sentido, ao longo dos anos, essas práticas esportivas foram conquistando espectadores e logo surgiu a necessidade de abrigá-los em amplas construções. Com o fortalecimento do sistema bancário, a expansão do crédito, o aumento nos financiamentos e a recuperação no pós-guerra mundial, houve um aumento de construções de grandes obras, dentre elas, os grandes estádios. Os maiores exemplos foram as grandes arenas de Wembley Stadium, o Yankee Stadium e tempos depois o estádio Jornalista Mário Filho (Maracanã) respectivamente, na Inglaterra, nos estados Unidos e no Brasil (RUFINO, 2010).

Apesar da construção de grandes arenas e de adotar a filosofia de quanto maior, melhor, esses estádios modernos não estavam preparados para receber grandes públicos. Isso porque eram dotados de uma grande estrutura, mas a segurança advinda com o controle de grandes concentrações de pessoas não estava desenvolvida. As lotações máximas geralmente resultavam em perigo eminente de grandes catástrofes. Muitas vezes, eram causadas pela falta de controle da venda de ingressos, estruturas obsoletas e distúrbios generalizados. Cabe destacar, historicamente, os desastres de Heysel na Bélgica em 1985, Hillsborough na Inglaterra em 1989 e no Estádio Nacional de Lima no Peru em 1964. Esses desastres resultaram em mortes e em várias pessoas feridas. No Brasil, cabe destaque para a queda do Alambrado no estádio de São Januário, no Rio de Janeiro, em 2000 e a queda da arquibancada da Fonte Nova, em Salvador em 2007 (RUFINO, 2010).

Figura 1- Planejamento na arena multiuso



Fonte: RUFINO, 2010, p.14

A Figura 1 apresenta o planejamento de uma arena multiuso. Esse conceito se aplica a um padrão estético de estádios que privilegia a segurança e a infraestrutura e visa evitar e minimizar os estragos durante as partidas e melhorar os sistemas de acesso e segurança. Os itens de segurança foram aperfeiçoados com a recente revolução tecnológica de produtos que auxiliam o monitoramento de multidões a partir dos anos 2000. O conceito básico para as Arenas multiuso tem como principal objetivo agradar o torcedor/cliente/consumidor através do gerenciamento da venda de ingressos, separação de torcedores em setores e a apresentação de serviços durante o espetáculo (RUFINO, 2010).

Os frequentadores das arenas não pertencem a apenas as classes de renda mais elevadas. Essas pessoas são classificadas não apenas como torcedores, mas como clientes que precisam ser fidelizadas. O produto principal oferecido pelas arenas é simplesmente o produto esportivo. Essa mercadoria é complexa, pois é tangível, intangível e diferenciado a cada partida. Para oferecer esse produto esportivo é preciso que as arenas criem ao torcedor/cliente/consumidor a sensação de vivência esportiva. Essa vivência tem como constituintes a atmosfera do local, o equipamento, os acessórios, a música, as concessões e as festividades anteriores e posteriores ao evento (RUFINO, 2010).

A partir da comercialização de serviços e sua conseqüente particularização em segmentos econômicos, as arenas criaram condições de disponibilizar serviços fora dos períodos em que se realizam os jogos. Com isso, surgiu a oportunidade de transformar um local preparado para receber multidões em um centro comercial e de entretenimento com acesso não apenas a torcedores, mas a diversos públicos e clientes. Nesse mesmo caminho, as arenas podem ser transformadas em centros de lazer e ponto turístico da cidade. O ponto central para esse processo é que cada arena multinacional tenha um clube âncora, uma vez que os dias de *matchday* garantem boa parte da viabilidade econômica do projeto.

Portanto, as arenas multifuncionais possuem um planejamento que envolve o desenvolvimento de metas e objetivos a serem alcançados. Nesse sentido, o gerenciamento é outro conceito importante em uma arena multiuso. Uma boa formatação administrativa exige profissionais com sensibilidade para entender o comportamento do torcedor, agilidade para perceber as mudanças no ambiente, praticidade para oferecer a melhor solução, foco para não se desvincular do contexto, conteúdo e conceito, planejamento para manter a organização e eficiência do trabalho (RUFINO, 2010).

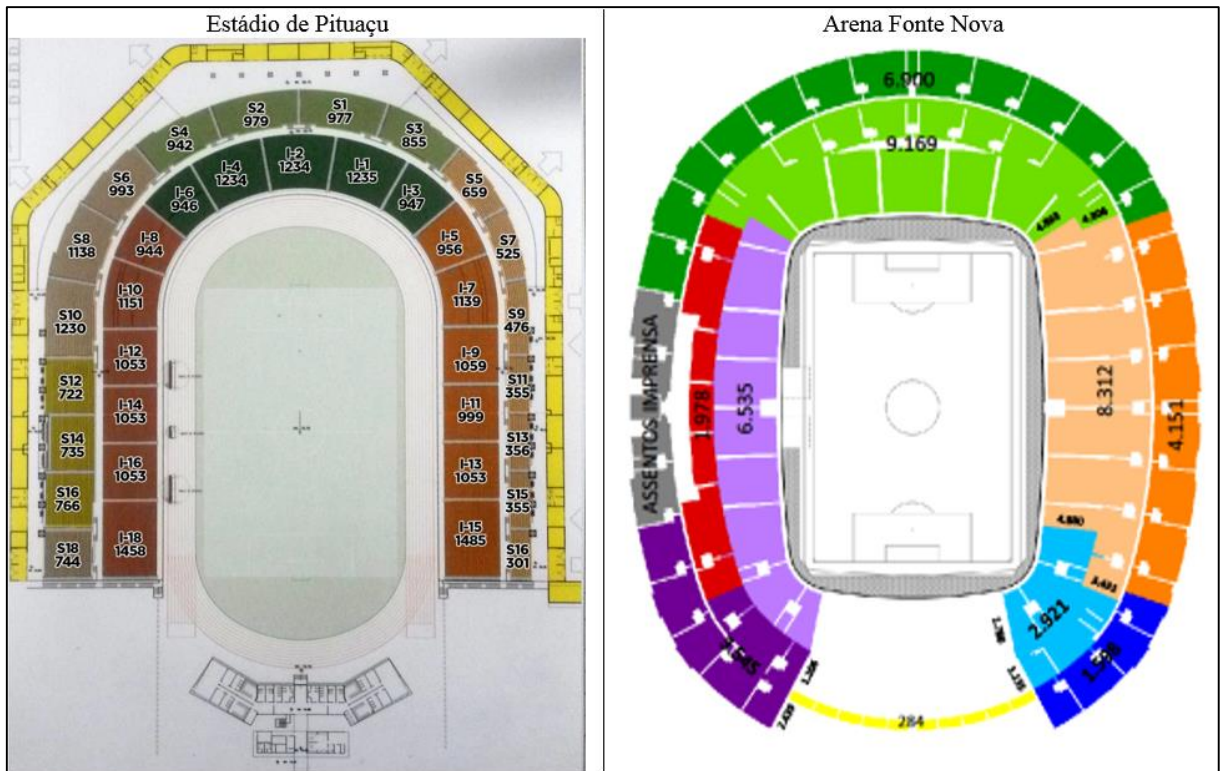
A Arena Fonte Nova, localizada em Salvador, por exemplo, tem como clube âncora o Esporte Clube Bahia. Este time tem a maior torcida da região Nordeste e possui a admiração de torcedores de outros estados. A arena Fonte Nova possui um modelo de administração de Parceria Público-Privada (PPP), no qual tem a sua concessão cedida para a Fonte Nova Participações S/A por 35 anos. Esse gerenciamento é caracterizado por empresas privadas projetando, financiando, executando e operando o empreendimento, a ser pago pelo estado por contraprestações pecuniárias por 15 anos no valor de R\$ 107,32 milhões. Esse período começou a ser computado a partir do início da operação do estádio, no dia 7 de abril de 2013, e foi financiado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BAHIA, 2014).

A existência de dois estádios utilizados pelo Esporte Clube Bahia em Salvador, conforme a Figura 2, exigiu adequação, neste trabalho, dos dados da Arena Fonte Nova para preservar comparabilidade em relação ao Estádio de Pituvaçu. Em Pituvaçu, existem apenas três setores: arquibancada para torcida mandante, arquibancada para torcida visitante e o setor das cadeiras. Este é um estádio de padrão antigo e que só possui utilidade para abrigar partidas de futebol. O estádio de Pituvaçu praticamente não possui serviços, apenas o básico, como alguns bares e banheiros. Na Fonte Nova existem pelo menos cinco setores, além de suas várias subdivisões. Isso implica em maior diferenciação de preços dos ingressos na Arena Fonte Nova. Estes setores são: setor Leste visitante, setor Leste da torcida mandante, setor Norte, setor Oeste e o *Lounge Premium*.

A comparação entre ambos os estádios exigiu a retirada do *Lounge Premium*, uma vez que este “conceito” não existe no estádio de Pituvaçu, e permite a atração de um público novo e diferenciado em relação a um estádio convencional, que em muitos casos nem mesmo é formado por torcedores do clube. Além disso, o *Lounge Premium* é um espaço originário da nova concepção das arenas multiusos para satisfazer a uma classe de torcedores de maior poder aquisitivo e em busca de conforto, pois oferece outros serviços fora do âmbito estrito de um jogo entre clubes de futebol “*in loco*”.



Figura 2- Estrutura dos estádios de Pituauçu e Arena Fonte Nova



Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2014

Finalmente, é preciso ressaltar que as arenas multiuso têm como principal atração o esporte, a partir do qual podem se transformar em um aparelho multifuncional. Nesse sentido, podem transformar o torcedor em cliente e atrair uma gama de pessoas para o seu ambiente. Esse ambiente é amplo e complexo sendo possível identificar a formação de um “*cluster* de negócios”. Como consequência, já se verifica a especialização da mão-de-obra, a atração de fornecedores diversos e a disseminação de tecnologias.

Pela análise desse capítulo conclui-se pela importância positiva do esporte nacional na economia do Brasil. Desde o seu início, o esporte promoveu a integração social e o crescimento econômico mostrado pelo PIB. Nesse sentido, criou-se leis e estatutos, como a lei Pelé, na tentativa de reorganizar gerencialmente o esporte nacional. O esporte brasileiro necessita ainda estudar a sua cadeia produtiva e conhecer os seus consumidores. Além disso, é necessário proteger os investidores esportivos através do aperfeiçoamento do seu marco regulatório.

Nesse sentido, a evidente imposição da globalização, mercantilização e consequente profissionalização do esporte, mostrado nesse capítulo, influenciou na organização e antecipação ao público do calendário e do sistema de pontos corridos no Campeonato Brasileiro de Futebol a partir de 2003. Deste modo, o futebol da Bahia ainda inicia no caminho do profissionalismo. Seguindo a tendência de organização e profissionalização, o Esporte Clube

Bahia passou a ter eleições diretas em 2013. Assim, foi verificado como consequência do voto direto dos sócios do clube no presidente e conselho diretivo a eliminação da perpetuação de dirigentes na política do clube. Portanto, o Esporte Clube Bahia buscou eliminar o maior empecilho do futebol brasileiro, que é a gestão amadora dos clubes.

A questão que se coloca no momento é: qual é a sensibilidade dos torcedores (clientes/consumidores) do Esporte Clube Bahia em relação às mudanças nas variáveis de preço do ingresso e renda do trabalho, nas decisões de compra do ingresso para assistir as partidas do clube? Segue nos dois próximos capítulos a busca de elementos teóricos e empíricos que auxiliarão na obtenção de resposta a esse problema.

## 4 ECONOMIA DO ESPORTE E DO FUTEBOL

Este capítulo analisa o setor da economia que trata do esporte. Esta área é caracterizada por ser um ramo recente nos estudos econômicos, além de ser considerada como uma atividade promissora pela opinião geral. Desse modo, será descrita o processo de construção das ligas esportivas e a sua dualidade entre o estilo americano e europeu. Nesse sentido, o referido capítulo trará uma ampla diversidade de estudos que permitam categorizar a natureza econômica das diversas atividades esportivas. Por fim, este capítulo irá focar na literatura e em alguns resultados de pesquisas acadêmicas com o objetivo de descrever a teoria do *attendance*. Esta teoria será utilizada para estimar o comportamento econômico através da equação econométrica da presença de público do Esporte Clube Bahia na região metropolitana de Salvador.

### 4.1 ECONOMIA DO ESPORTE

A comunidade mundial nesse início de século XXI é caracterizada pela sua consciência favorável a prática esportiva. Essa nova concepção do esporte origina-se dos países desenvolvidos e é seguida pelos países em desenvolvimento. O esporte moderno tomou forma na Grã-Bretanha em plena revolução industrial e se expandiu no fim do século XIX, tornando-se uma atividade de massa, bem como uma atividade econômica no século XX. Nesse sentido, a análise da demanda esportiva tem sido dificultada pela diversidade e dos inúmeros interesses finais dos seus praticantes. Essa demanda varia de acordo com os gostos enquanto frequência, localização, supervisão por pessoal capacitado e assim por diante. Além disso, cabe destacar a distinção dos agentes esportivos caracterizados por tipos como de alto rendimento, de massa e de lazer. Logo, a área de economia do esporte tem se tornado uma área de pesquisa muito promissora para a aplicação da teoria econômica (GOUGUET, 2006).

O tópico da demanda por esportes profissionais tem atraído maiores atenções dos pesquisadores da economia do esporte. Existem vários trabalhos publicados como o de García e Rodrigues (2009), que buscam determinar a demanda por esportes profissionais. Alguns dos determinantes dessa demanda são a renda do torcedor, a incerteza do resultado e o equilíbrio competitivo. Os estudos sobre os fatores que determinam a participação e a frequência dos indivíduos na prática esportiva são menos comuns. O artigo de Poupaux e Breuer (2009) é um dos que investigam os determinantes a participação das pessoas nas atividades esportivas em Munique, na Alemanha.

Nesse sentido, o estudo da demanda dos torcedores por espetáculos de futebol no estado da Bahia irá contribuir para esse debate.

Os principais fatores apontados pelos pesquisadores, que investigam a participação e a frequência dos membros de uma comunidade em atividades esportivas, são: causas sociais, individuais e econômicas. As causas individuais seriam fatores como idade, gênero e saúde. No âmbito social, os principais fatores são ilustrados pela etnia, nacionalidade e educação. Por fim, os principais motivos econômicos estariam referidos a renda, horas de trabalho, emprego e etc.. Considerando as possíveis teorias econômicas utilizadas nas pesquisas sobre esportes, a mais comum é a neoclássica, tendo como concorrente a pós-keynesiana. A primeira considera o indivíduo, ou melhor, as famílias no nível de análise. Os agentes maximizam as utilidades deles sob a restrição de tempo e orçamento. A teoria pós-keynesiana considera a situação do indivíduo na sociedade um fator importante na escolha do consumo entre lazer e trabalho. Nessa abordagem, os valores sociais, de classe e o contexto dos indivíduos são importantes para a escolha entre lazer e trabalho (GALBRAITH *apud* POUPAUX; BREUSER, 2009).

Alguns estudos apontam a impossibilidade da atividade esportiva ser classificada apenas em uma categoria definida de bens econômicos. Cada modalidade esportiva possui as suas peculiaridades, e isso dificultaria a respectiva categorização. Logo, o estudo da demanda no conjunto de todos os esportes ficaria bastante dificultado. A modelagem da demanda para todos os esportes utilizando uma única característica de bens econômicos não é possível. Tomando o futebol profissional, este pode ter sua demanda conhecida pelo controle dos preços de seus ingressos. No entanto, o mesmo esporte jogado nos campos de várzea não tem como ter uma demanda pela sua prática originada por preços. Logo, é possível elencar em ambos os casos uma coesão social proporcionando entre os seus participantes algumas situações possíveis no comportamento do esporte como objeto econômico (GOUGUET, 2006).

A primeira situação abordada é quando a maioria das pessoas interpreta o esporte como um ativo intangível. Essa interpretação será válida em situações em que os clubes oferecem suas instalações para seus associados ou pessoas capacitadas que cuidam da forma física dos seus clientes. Os exemplos citados são os clubes sociais que ofereçam uma gama de esportes ou *personais trainers*. No caso onde não for registrado nenhum tipo de serviço prestado pelo mercado ou pessoas especializadas, a classificação econômica será dificultada. Uma caminhada no entorno de um parque e o uso da infraestrutura apropriada para praticar exercícios físicos nas praias pode ser citado como exemplo.

A segunda situação é registrada pela ambiguidade do esporte em se classificar como um bem durável ou não durável. Bens não duráveis são aqueles que se extingui com o termino do seu uso em um curto tempo. Ou seja, a atividade esportiva é limitada para o tempo de treinamento ou competição no intuito de atingir um interesse transitório (GOUGUET, 2006). Pode ser citado como exemplo, o treinamento dos jogadores do Esporte Clube Bahia visando uma partida do campeonato brasileiro. O esporte como bem durável é observado em uma base de longo prazo no sentido do ciclo de vida do indivíduo (juventude, maturidade e velhice). Pode ser ilustrado como exemplo a aquisição de atividades físicas com o intuito de prevenir o surgimento de várias doenças originadas do sedentarismo. Portanto, o esporte tem que ser analisado tanto no curto ou longo prazo do seu exercício.

A Terceira situação ilustra a consciência que todos têm em mente na idealização do esporte como um bem de consumo. Mas nem todos os praticantes desejam ter como meta um bom desempenho, como consequência de uma elevação da habilidade esportiva. O indivíduo pode participar de um esporte almejando conquistar uma vida saudável ou apenas buscar o lazer. Este fato é caracterizado no sentido do esporte ser identificado como um bem intermediário. Portanto, a atividade esportiva passa a ser um meio, por exemplo, de produção da saúde. Assim, o custo de investimento no esporte passa a ser calculada em cima do benefício trazido pelo seu exercício na saúde do indivíduo (GOUGUET, 2006).

A quarta situação traz a possibilidade de se caracterizar a atividade esportiva como um bem privado ou público. No caso do esporte ser um bem privado a sua distribuição será facilitada por meio do mercado. Esse mercado utilizará como medida da distribuição do bem esportivo o preço. Nesse caso, as pessoas poderão ter quantidades diferentes do bem que desejam, de acordo com o seu recurso disponível. Um exemplo ilustrador dessa situação pode ser os ingressos de valores diferentes de cada setor da Arena Fonte Nova em uma partida do Esporte Clube Bahia. Por outro lado, o esporte pode ser caracterizado como um bem público. Esse tipo de bem será disponibilizado na mesma quantidade para todos os usuários (VARIAN, 2006). Cabe o governo intervir na busca da equidade entre os usuários de todos os segmentos sociais. A disponibilização de espaços públicos na oferta de atividades esportivas, como as caminhadas no parque metropolitano de Pituáçu, é um exemplo do efeito dessa intervenção.

Por fim, a quinta e última situação é caracterizada pelos bens de mérito. Eles são bens privados destinados à utilização individual e oferecidos por entidades públicas (VARIAN, 2006). Isso ocorre porque o estado deve intervir para aliviar o déficit do mercado ou auxiliar indivíduos

que não tenham renda suficiente e até mesmo criar neles consciência da importância de participação. Muitas crianças não participariam de qualquer esporte se ele não fosse obrigatório na escola. Além disso, as bolsas de incentivo para ajudar atletas com o custo da prática esportiva, como o Faz Atleta<sup>5</sup>, também são exemplos de atração para reduzir o déficit esportivo (GOUGUET, 2006).

A produção da curva de demanda vai depender da natureza do bem econômico o qual está associado intrinsecamente ao esporte. O esporte possui uma ampla diversidade tanto de modalidades quanto de interesses pessoais. Sendo assim, é difícil caracterizá-lo em sua amplitude de efeitos. A melhor opção é analisar cada modalidade ou atividade esportiva individualmente, uma vez que cada um abrange um número elevado de abordagens teóricas referentes à economia. De forma mais geral nos estudos observados sobre o tema, a distinção primordial a se realizar é entre os bens privados e os bens públicos (GOUGUET, 2006).

Quando o tipo do esporte analisado tem características de bem privado, pode-se usar a análise microeconômica do consumidor esportivo. O modelo utilizado mais comum é o da maximização da utilidade sobre restrições de renda. A utilização dessa estratégia possibilita a definição da curva de demanda, além de reconhecer as regras gerais do comportamento do consumidor. A influência da renda e do preço pode ser reconhecida calculando suas respectivas elasticidades.

No caso de bens públicos, geralmente ligados às infraestruturas construídas pelo estado para a prática de atividades esportivas pela população, a determinação da demanda é mais complicada. Como Varian (2006, p.720) observa: “Eles (os bens públicos) são um tipo especialmente perturbador de externalidade, porque as soluções de mercado que os economistas gostam tanto não funcionam bem na alocação de bens públicos”. Nesse tipo de bens todos são obrigados a consumir a mesma quantidade, mesmo que alguns consumidores atribuam um valor menor e outros um valor maior. A principal dificuldade é encorajar o consumidor a revelar o seu verdadeiro valor dado ao bem público. As informações são assimétricas e ainda existe o risco do fenômeno de “carona” (*free rider*) no seu uso. Esse fenômeno é caracterizado por um indivíduo que não pagou e mesmo assim usa o serviço. A solução para o estado é a melhoria na informação e permitir um uso democrático do bem.

Por fim, a economia do esporte auxilia nas políticas, tanto privadas como públicas, no intuito de ampliar o atendimento a sociedade no âmbito esportivo. O setor esporte no nosso século é a

---

<sup>5</sup> Programa do estado da Bahia de incentivo ao esporte amador, olímpico e paralímpico.

expressão de indivíduos à procura por um tipo de integração social. Apesar do fato da participação esportiva se tornar generalizada, ainda verificam-se profundas desigualdades no esporte. Nesse sentido, a conclusão que se pode extrair sobre as dificuldades na análise da demanda relacionada aos eventos esportivos compete principalmente à dificuldade proporcionada pela diversidade de usuários e das práticas esportivas. Assim, estes dois itens interferem, ao mesmo tempo, na determinação do comportamento econômico do setor e dos indivíduos.

#### 4.2 ECONOMIA DAS LIGAS ESPORTIVAS

A disputa entre dois clubes é o ponto inicial para a construção de uma liga esportiva. Uma partida entre dois clubes, quase que universalmente, faz parte de uma organização maior entre várias equipes esportivas. Essa organização transcende a administração interna dos clubes e é chamada de liga. A liga tem como atribuição a criação de campeonatos e seu gerenciamento com o objetivo de torná-lo atraente para a audiência de seus torcedores e reservar espaço de mercado para as suas equipes associadas. Comprovadamente, torcedores adquirem interesse não apenas em relação a uma partida, mas com o campeonato inteiro. A criação da liga livra os clubes dos custos de transação<sup>6</sup>, que existiriam no caso de desejo por encontrar uma disputa bilateral. Além disso, a liga é responsável por firmar contratos com a mídia e outras empresas. Ou seja, contratos referentes à transmissão em TV aberta ou fechada dos jogos, pela cobertura da imprensa falada (rádio) e escrita (jornais e revistas) e também pelos *royalties* oriundos de licenciamentos de produtos do campeonato. Por fim, a liga é encarregada pela distribuição de recursos arrecadados para os clubes e por construir regras e regulamentos no intuito da equidade de oportunidades entre todas as equipes associadas, sendo elas pequenas ou grandes no cenário esportivo local (BORLAND, 2006).

A produção de uma partida e mais especificamente da competição, de acordo com a literatura esportiva, envolve quatro componentes principais. O primeiro desses componentes são os conjuntos de jogadores capazes de serem escolhidos para participar do certame. O segundo são os clubes que vão organizar os jogadores no seu elenco para disputar partidas ao longo do campeonato. O terceiro é a liga que terá como responsabilidade o planejamento e a gestão da competição criada por ela. O quarto e último componente é o conjunto de estádios onde as

---

<sup>6</sup> É um princípio oriundo do teorema de Coase no qual as partes envolvidas podem negociar sem custos e visando ao benefício mútuo. O resultado será eficiente, não importando a situação de distribuição dos direitos de propriedade.

partidas do campeonato ocorrem, junto como os equipamentos apropriados para a prática do esporte. Com estes componentes satisfeitos em toda a sua plenitude, o campeonato estará pronto para ser consumido pelos consumidores (torcedores) que vão ao estádio prestando, assim, a sua audiência ao evento (BORLAND, 2006).

Além desses componentes diretos com a realização da partida e conseqüentemente da competição, existem quatro outros fatores indiretos importantes na realização de um evento esportivo, especificamente, dentro das ligas. O Primeiro conjunto de fatores, são os fornecedores de trabalho (jogadores) para a realização do jogo. Esses fornecedores são formados nos clubes profissionais, clubes amadores, colégios ou por outros meios, como as escolinhas de futebol e organizações não governamentais (ONG). Muitas vezes os jogadores são donos de seus passes ou ligados formalmente a equipes esportivas. Segundo, são os consumidores das partidas. Estes são representados por torcedores que vão aos jogos ou que são espectadores de transmissões esportivas, tanto da TV aberta como da TV paga e mais recentemente da internet. O terceiro conjunto de fatores, são os produtos comercializados por meio das partidas ou do campeonato, ou seja, a disputa entre os clubes são as portas de entrada para promover uma gama de mercadorias.

Segundo Borland (2006), o trabalho conjunto com a infraestrutura da mídia permite a produção de transmissões de TV ou de rádio da competição esportiva. A análise de comentaristas esportivos da competição que é transmitido ou publicado nos meios de comunicação em conjunto com os produtores de outros produtos ou serviços, que podem constituir a base da propaganda para esses produtos ou serviços, em conjunto com a administração do estádio pode compreender parte de um pacote de eventos de entretenimento. Deste modo, um conjunto de empresas - como a mídia, patrocinadores e proprietários do estádio - pode por meio da associação promover junto a sociedade uma competição esportiva.

O quarto fator envolve o governo. A regulação econômica e seus estímulos causados pela iniciativa estatal afetam comprovadamente o desempenho esportivo. O estado procura regular e restringir a negociação de jogadores e sua mobilidade de um clube para outro, bem como o teto salarial. No artigo publicado por Araujo, Shikida e Monasterio (2005) observou-se por meio do desempenho dos clubes participantes do Campeonato Brasileiro da série A, ao longo do período de 1971 a 1998, indícios sobre a relação entre o desempenho das equipes e a política nacional. Os autores encontraram que quando os clubes são estimulados por políticas governamentais eles melhoram a sua eficiência no curto prazo. Porém, no longo prazo, foi



encontrado um efeito negativo na relação entre o desempenho do clube e o efeito da política no intuito de ajudar ao clube a alcançar melhores colocações no campeonato.

A estrutura de uma competição esportiva descreve o processo pelo qual os clubes e os jogadores enfrentam ao longo da competição. Ou seja, a cada duelo, ao longo de toda uma temporada. O autor Jeff Borland, economista do esporte, cita em seu artigo, *the production of professional team Sport*, algumas dimensões dessa estrutura que foram convergidas para pontos referentes ao mercado de produtos, trabalho e capital.

Para Borland (2003), a estrutura do mercado no setor de produtos em uma competição esportiva é compreendida através de:

i) Estrutura da competição:

- Regas para as partidas: São exemplos, o tamanho do campo de jogo, período do campeonato e como a vitória de uma equipe é determinada;
- A organização da competição: pode ser representada por um confronto dentro e fora de casa ao longo da temporada ou dos jogos eliminatórios em cada fase;

ii) Estrutura da liga:

- Composição da liga: São elementos como a quantidade e localização geográfica de equipes e condições especificadas para a participação em uma liga ou de um estádio por meio de uma capacidade total mínima;
- Organização da liga: são as divisões referente a uma única ou múltiplas divisões, tendo ou não acesso e descenso ente as divisões.

iii) Receita:

- Preço dos ingressos: o preço do ingresso pode ser determinado por um único jogo ou para a temporada inteira, além de diferentes preços para diferentes lugares no estádio;
- Venda dos direitos de transmissão de rádio, televisão e internet: nesse caso pode-se ter a tomada de decisões da liga centralizada ou descentralizada na negociação de direitos de transmissão;
- Patrocínio e *Merchandise*: a depender do contrato de patrocínio ser fruto de decisões centralizadas ou descentralizadas como venda de *merchandise*, os tipos de patrocínio permitidos e tipos de direitos a serem vendidos pode variar:

- Alocação de receitas da liga a partir da presença de público nos estádios e pagamentos por direitos de transmissão e patrocínios para clubes: os arranjos de distribuição da receita podem definir quanto o time “da casa” deve pagar uma fração da receita do público para o “time visitante”, ou então uma liga pode engajar-se na equalização da receita através da distribuição desta a partir da venda coletiva de direitos de transmissão para a mídia.

Além desses elementos que compõem a estrutura de mercado de produtos de competição esportiva, o mercado de trabalho nesse setor também apresenta algumas peculiaridades. A atribuição de jogadores para a equipe envolve o método de alocação de novos jogadores entre times e a regulação da mobilidade de jogadores entre os clubes. Podem ocorrer dois tipos diferentes de atribuição. O primeiro quando o mercado de negociação de jogadores é restrito, por exemplo, a uma área geográfica ou a colocação da equipe no campeonato passado. Segundo, quando há livre arbítrio nas negociações e, portanto, uma livre mobilidade entre os atletas para os clubes que oferecem um maior valor. Além disso, no pagamento e processo de determinação de salários a jogadores é possível estabelecer tetos salariais, periodicidade de fixação do salário e papel a ser desempenhado por agentes e sindicatos. Por fim, é preciso estabelecer o tamanho máximo da lista de jogadores que compõem a equipe. Pois trata-se de uma atividade intensiva em capital humano, o funcionamento do mercado de trabalho no setor é um dos principais elementos para as ligas (BORLAND, 2006).

Os mecanismos de financiamento das ligas são constituídos, geralmente, por princípios de governanças. A governança se resume na forma em que as regras e políticas da competição são decididas. A literatura aponta para a existência da integração vertical em relação à organização da liga e ao respectivo gerenciamento interno dos clubes. A integração vertical é apresentada por Pindyck e Rubinfeld (2010, p.567) como: “forma organizacional na qual uma empresa possui diversas divisões e algumas delas produzem peças e componentes que outras utilizam para a montagem de produtos finais”. Desse modo, a microeconomia, ou gestão estratégica, aponta a integração vertical como agente integrador de cada parte por meio da hierarquia em comum. Nesse sentido, muitas investigações indicam a integração vertical de clubes às ligas como responsável pela ineficiência esportiva. Isso ocorre porque os clubes se acomodam e deixam de lutar economicamente entre eles por intermédio de acordos e reservas já definidas de seus respectivos espaços do mercado.

A evolução das ligas foi conduzida por dois caminhos que contribuíram para o seu desenvolvimento, conforme o Quadro 2.

Quadro 2- Elementos chaves das ligas esportivas profissionais

Elementos	Modelo Europeu	Modelo Norte-americano
Objetivos	Maximização da utilidade (com lucros negativos)	Maximização do lucro
Estrutura	Ligas abertas com acesso e rebaixamento	Ligas fechadas
Tamanho	Grande número de clubes <i>per capita</i>	Número de clubes restritos
Padrão Geográfico	Restrição de movimentos geográficos de clubes	Territórios exclusivos, mas mobilidade das franquias
Competição Internacional	Importante para o clube, além do nível nacional	Ausente
Alocação de Jogadores	Nenhum	Extensivo
Venda de Jogadores	A venda de jogadores por dinheiro é comum	Venda de jogadores por dinheiro é restringido
Lista de Limites	Nenhum	Extensivo
Divisão de Receitas	Limitado	Extensivo
Nivelamento Salarial	Limitado, mas aumentando	Extensivo
Cotação na Bolsa	Recente	Restrito

Fonte: ANDREFF; SZYMANSKI, 2006, p.301

O primeiro elemento chave de evolução das ligas baseia-se nos interesses a serem alcançados para maximizar os ganhos dos clubes, ligas e jogadores. Esses ganhos apontam a maneira em

que os clubes vão interagir entre eles, com os jogadores e com a liga. No caso em que os proprietários de clubes, por exemplo, têm como interesse a maximização do lucro, estes irão se esforçar para que a liga adote uma estrutura regulatória no sentido de minimizar o poder de barganha dos jogadores em negociações. Desse modo, o campeonato terá um teto salarial, ou seja, a estrutura irá ser propícia para o bem-estar do clube. No caso das entidades esportivas dotadas de um objetivo voltado ao aumento da sequência de vitórias e domínio do campeonato, como consequência da qualidade de seus atletas, oferecerão um ambiente de campeonato voltado para a livre mobilidade de jogadores e respectivos altos salários (BORLAND, 2006).

O segundo elemento é o caminho para aumentar a audiência dos torcedores. O propósito da liga é atrair o máximo de torcedores, seja nos estádios ou prestando sua audiência por meio da televisão e atualmente por meio de computadores, *tablets* e até *smartphones*. Cada liga de esporte tem outras ligas esportivas como concorrentes diretas pela audiência do público. Portanto, existem disputas pelos maiores recursos destinadas pela mídia e patrocinadores. Como consequência, ao longo da sua evolução, as ligas têm em comum os ajustes em suas fórmulas de disputas no decorrer dos anos. Caso os objetivos de comercialização e atração de torcedores não forem alcançados, os clubes, jogadores e ligas buscarão alterações das fórmulas de disputa com a finalidade de alcançar seus interesses de audiência e comercialização de produtos (BORLAND, 2006).

Na modelagem da liga existem dois tipos opostos que competem por preferência mundial. Estes são os modelos norte-americano e europeu. O modelo europeu é seguido pelo futebol brasileiro. No caso norte-americano caracterizado por ser uma liga fechada sem acesso e rebaixamento e no caso europeu com sua liga aberta e com acesso e rebaixamento. Essas instituições são divididas pelo atlântico e causam na atualidade uma espécie de quebra-cabeça para os economistas do esporte. Isso ocorre porque as duas fórmulas coexistem e uma ainda não se sobressaiu sobre a outra, nem mesmo dando indícios dessa suposta superação. Esse fato é incomum, pois na evolução de duas ou mais formas rivais sempre há uma “inovação” vencedora. Às vezes, essa “inovação” não é a melhor, mas conseguindo ser popular tem como consequência a captura do mercado. No caso esportivo, ainda não aconteceu esse fenômeno e com o passar dos anos essas duas formas parecem coexistir sem abalos.

O esporte norte-americano é caracterizado pela elevada regulação das suas respectivas ligas. As motivações da regulação são resumidas por princípios como: (i) A demanda depende do equilíbrio competitivo; (ii) O equilíbrio competitivo é promovido por uma distribuição

equitativa dos recursos entre os clubes; (iii) Distribuição uniforme de jogadores para cada equipe. As equipes das ligas esportivas americanas compartilham uma herança e estrutura comum derivada do *baseball's National League*. Além disso, cada liga tem adaptado suas regras e regulamentos para as suas necessidades originadas pela especificidade de cada esporte que estar representado. Com isso, ao longo do tempo, e considerando as inspirações tomadas um do outro, as ligas esportivas estadunidenses tem desenvolvido um sistema distintamente norte-americano. Isso contrasta com as estruturas que tem emergido em outros lugares no mundo, em ligas de futebol, *rugby* e *cricket*.

A distribuição das receitas e as relações de trabalho são intrincadamente conectadas nos Estados Unidos. A *National Football League* (NFL) tem distribuído uma relação de 60/40 da arrecadação de público no estádio entre os dois clubes concorrentes desde o seu começo, no início de 1920. Em 1961 sob o *lobbying* da NFL, o congresso estadunidense aprovou o decreto de transmissão esportiva, que permitiu que as quatro maiores ligas norte-americanas pudessem se comportar como um cartel na negociação dos direitos de transmissão das partidas pela televisão. Com isso, a racionalidade foi dupla, pois o direito adquirido permitia que as ligas compartilhassem igualmente os recursos oriundos da mídia, ao invés da equipe de maior mercado ganhar mais em relação à equipe de menor mercado. Além disso, a mídia encorajaria a transmissão dos jogos para o time que estivesse longe de casa, ou melhor, mercado. O que não era permitido por uma decisão judicial do início da década de 1950 (ZIMBALIST, 2006).

Na metade da primeira década do século XXI, com o dinheiro da TV nacional e o contrato da DirecTV à NFL, é desembolsado aproximadamente \$ 140 milhões para cada clube anualmente. O valor da licença nacional a partir das propriedades da NFL é também distribuído igualmente para cada equipe em uma quantia de aproximadamente \$ 4 milhões por time. Isso fez com que, o valor relativo que os principais clubes da NFL ganham seja de apenas 1,7 vezes maior em comparação aos clubes inferiores. Em outros esportes americanos também existe equidade na distribuição. No *baseball* a relação dos ganhos dos maiores clubes com os menores é de 3,5 vezes, no *National Basketball Association* (NBA) é de 3 vezes, como um valor de licenciamento por volta de \$ 30 milhões por time e com o teto salarial estipulado para os seus jogadores. Por fim, a *National Hockey League* (NHL) tem uma relação de ganho de receitas dos principais clubes para os clubes inferiores de 2,5 vezes mais. Desse modo, Embora muitas vezes esquecido, quanto mais uma liga se engaja na repartição das receitas, menos incentivo os proprietários de cada clube têm para ganhar jogos. A maioria dos estudos estatísticos da NFL revelam que os proprietários das equipes não possuem incentivo financeiro direto para ganhar

um campeonato ou um número maior de partidas. Ou seja, os proprietários das franquias norte-americanas não têm incentivo para investir em um jogador tido no mercado como caro, na intenção de ganhar mais jogos e aumentar conseqüentemente os seus lucros (ZIMBALIST, 2006).

No caso europeu, observa-se estruturas de ligas com estrutura aberta. As ligas europeias, diferentemente das ligas americanas, são pouco reguladas. Não existe uma distribuição de receita equitativa, além de não se haver uma grande preocupação com o equilíbrio competitivo. Mesmo com essas ressalvas, as ligas são atraentes para os torcedores e para a transmissão de TV aberta ou fechada, além de atrair empresas em busca de publicidade aos seus produtos. A literatura aponta que, para esse sucesso, a qualidade das partidas produzidas pelos confrontos das equipes é fundamental. Desse modo, ocorre a atração de público e a estrutura peculiar envolvendo o acesso e o rebaixamento para divisões inferiores gera maior competitividade (DHERBECOURT, 2009).

A literatura mostra que o sistema de acesso e rebaixamento melhora o incentivo para o esforço esportivo, mas diminui o incentivo para a distribuição de receitas entre os clubes. As equipes principais tendem a investir para manter um alto desempenho esportivo, ampliando a diferença de qualidade em comparação às equipes coadjuvantes. Como consequência desse sistema, os proprietários dos clubes europeus operam sob um sistema mais competitivo em relação ao americano. Na prática o sistema europeu permite um incentivo maior para a maximização do número de vitórias e conseqüentemente a maximização da qualidade esportiva e menos para a maximização do lucro. Segundo Sloane (2006), um sistema de acesso e rebaixamento é comum em toda a Europa e é comumente referido como um sistema de liga aberto, uma vez que é possível para um clube pequeno ser promovido para a divisão de maior hierarquia em relação ao que este pertencia. Essa promoção de divisão, funciona como um substituto tanto para deslocamentos territoriais das equipes para lugares onde a demanda do mercado é maior ou no sentido da expansão das ligas, sendo que ambos são comuns a América do Norte. Essa substituição, implica também em ausência de direitos territoriais e na ausência de várias ligas competindo pelo domínio esportivo.

Por fim, o sucesso dessas duas estruturas e a coexistência delas levam as pesquisas a apontarem a ausência de efeito entre a estrutura da competição e a audiência do público. Várias pesquisas apontam que os esportes estadunidenses possuem mais dimensões do que na Europa em relação a variável equilíbrio competitivo. Em outras pesquisas o equilíbrio competitivo não tem efeitos

no desempenho de uma competição esportiva. Portanto as evidências empíricas nestas questões ainda precisam ser mais bem estudadas.

### 4.3 ECONOMIA DO FUTEBOL

Esta seção apresenta uma introdução da economia do futebol. Nesse sentido, a literatura para este tipo de estudo ainda é produzida em sua maioria na Inglaterra. Os principais pesquisadores desse ramo da economia do esporte têm no campeonato inglês o seu principal objeto de pesquisa. Além do campeonato inglês, o futebol escocês e de maneira esparsa no resto do Futebol europeu também existem alguns elementos que vem contribuindo para a literatura. A economia do esporte é quase inexistente no futebol sul-americano. Mais especificamente no Brasil, existem poucos livros sobre o tema e apenas alguns poucos trabalhos científicos de natureza interdisciplinar. Portanto, o futebol brasileiro ainda não se conhece nos principais princípios abordados na economia do futebol.

As pesquisas referentes à economia do futebol iniciaram-se no final da década de 1960 para o início da década de 1970 por Peter J. Sloane, em 1971. O autor iniciou suas pesquisas caracterizando o mercado de trabalho dos jogadores profissionais e supondo que os clubes se comportassem economicamente como firmas. Depois da década de 1970, e mais localizada na década de 90, os trabalhos empíricos seguiram um caminho de esforços concentrados principalmente na estimação da função demanda dos espectadores em um dado estádio de futebol. Nos últimos dez anos a economia do futebol se expandiu para diversos temas, como: taxas de transferências de jogadores, discriminação racial no futebol, efeitos da renovação do time ao longo dos anos e entre outros.

Recentemente, observa-se um ressurgimento do interesse em algumas das questões originalmente levantadas por Sloane. Dentre essas questões estão o objetivo das equipes, a locação de recursos nos clubes e o equilíbrio competitivo. Seguindo este pesquisador o desenvolvimento do modelo econômico nos estudos referentes à economia do futebol é inspirado na teoria econômica da firma. Goddard (2006) afirma que, sem dúvidas, o primeiro a percorrer o caminho de formulação de modelos econômicos no futebol foi Sloane em 1971.

A questão vital analisada por Sloane era se os proprietários do futebol britânico se adequavam a uma função objetiva referente à maximização do lucro. Essa suposição é aceitável para os esportes norte-americanos. A *Major League Sports* (MLS), onde muitos times tem um histórico comprovadamente de lucratividade, é caracterizada por ser um sistema fechado e que conserva

um monopólio geográfico para seus clubes participantes, além do equilíbrio competitivo acordada entre os participantes. Portanto, as ligas esportivas estadunidenses são uma espécie de oligopólio, apresentando no seu conjunto de proprietários das franquias esportivas um comportamento maximizador de lucros. Para os clubes de futebol pertencentes a uma liga aberta e de livre movimento de recursos, além de não possuírem acordos entre estes que conservem o equilíbrio competitivo será observada uma característica que não privilegia um comportamento maximizador de lucros. Geralmente, para os clubes de futebol a lucratividade tem sido uma exceção. Isso se aplica, especificamente, ao caso brasileiro.

A lucratividade de uma equipe de futebol é uma meta muito distante da realidade. Quando uma grande equipe é comparada a última empresa que compõe o S&P500, as quinhentas maiores empresas estadunidenses na bolsa de valores, faz o futebol parecer um negócio minúsculo ou mesmo não parecer ser um negócio. Kuper e Szymanski comparam, por exemplo, a empresa Titanium Metals (TIMET), fundada em 1950 para fornecer titânio para equipamentos militares aos Estados Unidos na era da guerra fria e atualmente fornecedora da indústria aeroespacial, com o clube líder da *soccer Money League* de 2009 elaborada pela consultoria de negócios Deloitte. A Titanium possuiu um faturamento de \$ 1,15 bilhão sendo a última empresa da S&P500. Já o clube líder da *Soccer Money League*, o Real Madrid, obteve um faturamento de \$ 475 milhões.

Os lucros dos clubes de futebol estudados nas análises empíricas apontam na direção oposta ao desempenho esportivo. Os presidentes de clube que querem adotar em um clube de futebol um regime financeiro semelhante a uma empresa, historicamente, geralmente obtêm um desempenho esportivo pífio, o “ódio” da torcida e o risco de prejuízo. Pode ser citado como exemplo, Alan Sugar, um bem-sucedido empresário da área da informática, que presidiu o Tottenham Hotspur, time rival do Arsenal e Chelsea na Inglaterra. Foi adotado no Tottenham uma administração empresarial que possibilitasse à equipe sobreviver com recursos próprios. O resultado em dez anos de administração de Sugar foi um desempenho apenas de “meio de tabela” no campeonato inglês e um decréscimo de 5% no seu público, mesmo com um aumento de 29% no público do campeonato inglês. No entanto, para os presidentes de clubes que se deslocam no caminho inverso de Sugar, geralmente acumulam um grande prejuízo e, mesmo com a conquista de bons resultados, o risco da insolvência financeira (KUPER; SZYMANSKI, 2010). O melhor exemplo disso é o Botafogo de Futebol e Regatas do Rio de Janeiro que no mesmo ano em que disputou a Copa Libertadores da América, em 2014, passou pela maior



dificuldade financeira da história do clube e foi rebaixado para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro.

Kuper e Szymansky (2010, p. 102) analisaram o gráfico de dispersão unidimensional em que cada ponto representava a combinação lucro e posição dos clubes ingleses na temporada 1992/93 até 2006/07. Os autores observaram que mesmo com os clubes nas primeiras posições, estes são suscetíveis ao prejuízo. Ou seja, a maioria das equipes teve prejuízo mesmo em boas posições, de maneira que os autores concluíram que não existe uma relação direta entre lucro e boa posição no campeonato. Em 45% dos casos, quando o time alterava sua colocação de uma posição menor para a maior este apresentava prejuízo. Apenas em 55% dos casos o lucro e a posição na liga foram na mesma direção. Isso permite ultimar que vencer partidas não seria o caminho para um clube ganhar dinheiro.

A conclusão dos estudos sobre o campeonato inglês é que, quanto mais os responsáveis pelos clubes tentam gerar lucros, mais eles diminuem os investimentos no time. É comum a ocorrência de responsáveis pelos que não se importarão com os valores gastos na obtenção de títulos. Uma vez que já possuem fortunas provenientes de outras atividades gerados fora ou dentro dos países em que os jogos são disputados. Estes forçam os demais responsáveis de clubes a segui-los no intuito de seus times continuarem sendo competitivos. A consequência direta é uma elevação dos preços no mercado de jogadores, resultando em algumas equipes campeãs e quase todas com prejuízos. O melhor caminho para os clubes é não se pautar nos lucros oriundos de jogos, mas sim descobrir fontes de novos recursos. O futebol até o momento tem sido o setor em que grande parte do fluxo de receitas é destinado aos melhores jogadores e seus procuradores.

A literatura da economia do futebol seguiu um forte caminho empírico. Entre a metade da década de 1970 e início da década de 1990 as atenções foram concentradas quase exclusivamente na estimação de modelos de regressão para *attendance*. A interpretação em termos econômicos é dada como função empírica da demanda do espectador. Zimbalist (2006, p.453) refere-se à divisão do estudo do público nos estádios. Para o autor, os estudos empíricos sobre presença de público podem ser subdivididos usualmente em modelos de frequência de público para partidas individuais ou para toda a temporada (anual), no nível de uma equipe ou para toda a liga.

Hart, Hutton e Sharot (1975) publicaram a primeira análise econométrica do padrão de frequência de público nas partidas do futebol inglês. Os autores utilizaram os dados da presença

de público nas partidas do futebol inglês para quatro clubes da temporada 1969/70 até 1972/73, equações separadas para *attendance* são estimadas representando os quatro clubes em seus respectivos mandos de jogos. Entre as variáveis explicativas estudadas estão as posições no campeonato do time da casa e do visitante, a distância geográfica das regiões do time da casa e do visitante e uma simples medida da incerteza do resultado da partida. As estimações são bem-sucedidas na identificação de um conjunto de influências no público da partida.

A literatura da economia do futebol referente à presença de público tem se tornado cada vez mais sofisticadas. Houve refinamento e extensões nos estudos como a introdução adicional de covariantes, estimação mais extensiva do conjunto de dados, uso dos modelos de *attendance* para investigar questões políticas específicas, uso das variáveis dummy e etc. Os modelos utilizando séries temporais têm sido aplicados principalmente para identificar relações entre a variável renda, preço e desemprego e a presença de público, por exemplo. Desse modo, a literatura já apresenta resultados e modelagens compatíveis com estudos de outras áreas da economia. Dentre os termos mais recentes, podem ser destacados os estudos sobre os determinantes da mobilidade de emprego dos jogadores e taxas de transferências, discriminação racial no futebol, função de produção da equipe esportiva e causas e consequências da gestão de renovações.

A mobilidade no mercado de trabalho dos jogadores de futebol é definida pelas taxas de transferências. A remuneração dos jogadores não é livremente publicada. Os estudos apontam que as taxas de transferências são determinadas pelas características do capital humano do jogador negociado e do poder de barganha do clube comprador ou vendedor. No caso da influência racial nas taxas de transferência, ainda não foi encontrado nenhuma evidência que esta influenciasse essa taxa. A determinação das taxas de transferências, limitadas através do processo de arbitragem nas disputas de jogadores, e das características dos clubes envolvidos nessas transações, também têm sido estudados. Os resultados mostram que as taxas não são definidas apenas com base na última oferta do clube comprador para o vendedor, mas sim pela decisão do jogador, considerando, principalmente, a característica do clube.

Outro tema, baseado nos estudos ligados aos esportes americanos é a questão racial. Stefan Szymanski replicou este estudo para o futebol inglês na primeira década dos anos 2000. Este autor avaliou, através das despesas dos clubes ingleses com jogadores se havia algum indício de racismo no mercado de transferências entre jogadores brancos e negros. A suposição usada foi que o mercado do futebol é repleto de compradores e vendedores com informações

simétricas das qualidades dos jogadores. Os atletas mais caros recebem mais, os jogadores bons que recebem menos serão logo transacionados e ganharão mais. Essa é a tônica dos negócios entre os clubes e, portanto, quem obter os mais hábeis atingirão as melhores posições do mercado. Caso contrário, haveria chances de jogadores bons serem preteridos por algum motivo, e o mais plausível era o racismo. O método usado por Szymanski era comparar jogadores brancos e negros de qualidade semelhante e observar os valores ganhos por eles. O resultado foi que times com investimento menores e mais negros ocuparam melhores posições no campeonato inglês. Com isso, o trabalho apontou racismo no futebol da Inglaterra.

A literatura relacionada às equipes esportivas profissionais norte-americanas inclui um grande número de estudos da função produção das equipes. Estes estudos tentam quantificar o relacionamento entre atributos de jogadores e gestores e a proporção de vitórias ou outros indicadores do desempenho da equipe. No lado do futebol, mais precisamente na Inglaterra, este tipo de estudo só foi iniciado recentemente, pois havia falta de dados para avaliar individualmente os jogadores. Com base em dados das partidas de futebol, os economistas do esporte tentam quantificar o relacionamento entre o desempenho dos clubes por indicadores como: chutes (no gol, longe do gol e bloqueado), passes, dribles, cobranças de falta, cartões amarelos e vermelhos e o *score* da partida entre dois clubes adversários. Além dos jogadores, o desempenho dos gestores é medido usando variáveis como número de títulos, posições nos campeonatos disputados, recursos financeiros disponíveis e outros. Todos esses estudos estão sendo utilizados para aperfeiçoar o desempenho dos clubes dentro e fora dos campos (GODDARD, 2006).

Finalmente, as causas e consequências de uma alteração no comando do clube tem recebido atenção generalizada na literatura da performance organizacional (GODDARD, 2006). Nenhum outro setor possui o papel destacado e criticado do gestor no meio esportivo profissional. Vários gestores são frequentemente vilipendiados publicamente quando o desempenho da equipe não atende ao esperado. As observações empíricas têm construído funções para gestores usando os dados das partidas. O objetivo é identificar o efeito da saída de gestores na performance do time. Os resultados encontrados para a situação de gestores que saem dos seus respectivos cargos no meio da temporada, é um efeito negativo no desempenho da equipe. Porém, o efeito parece ser relativamente pequeno.

#### 4.4 DEMANDA POR EVENTOS ESPORTIVOS E TEORIA DO *ATTENDANCE*

Desde a década de setenta economistas do esporte se interessam em identificar as causas da demanda em eventos esportivos. Por meio da teoria do “*attendance*”, que traduzido para o português significa presença, comparecimento ou frequência, estima-se a demanda pelo evento esportivo. O objetivo dessa formulação teórica é o conhecimento do comportamento dos torcedores e, conseqüentemente, o controle da presença do público nos estádios.

Os pioneiros nessas pesquisas com a teoria do “*attendance*” para o futebol foram os ingleses Hart, Hutton e Sharot (1975) ao publicarem a primeira análise econométrica da frequência nos estádios nas partidas do campeonato inglês. Os autores americanos também começaram as suas investigações empíricas, com Demmert (1973), sobre a presença de público em jogos de *baseball* e Noll (1974) comparou os determinantes da frequência de torcedores para os quatro maiores esportes profissionais americanos: *baseball*, basquete, futebol americano e *hockey*. Esses trabalhos iniciais estimularam a formulação de modelos teóricos que definem os princípios básicos do *attendance* em economia do esporte. Ao longo dos anos as teorias receberam mais atenção e abordagens cada vez mais sofisticadas no interesse de descobrir suas peculiaridades por meio da modelagem estatística e econométrica.

A teoria do *attendance* é utilizada nesse contexto para explicar a variável dependente dos modelos econométricos da demanda pelo público de eventos esportivos, em particular, partidas de futebol. Os dados são provenientes do público pagante anunciado enquanto o jogo está em progresso, respectivamente nos minutos finais das partidas. Estes dados para observar a presença de público advêm da fonte caracterizada como o borderô do jogo. Particularmente, no Brasil os borderôs para os campeonatos nacionais como Campeonato Brasileiro, Copa do Brasil e Copa do Nordeste são encontrados no site da Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Para os campeonatos estaduais como o Baiano, este é encontrado no site das Federações estaduais, e nesse caso, a Federação Bahiana de Futebol (FBF). Para competições internacionais como, a Copa Sul-americana o boletim informativo de público não é encontrado no site da Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol). Sendo esses borderôs encontrados apenas nos arquivos do clube estudado. Mas de um modo geral, existe um conjunto razoável de dados para pesquisa nessa área.

A maioria dos estudos da “*attendance*” se dividem em duas categorias. Na primeira, o modelo individual indica o comparecimento da torcida nas partidas, na segunda, o modelo indica a presença de público na temporada inteira. No presente estudo, a segunda categoria de modelo

da “*attendance*” será utilizado. No entanto, será considerado o presente público para um único time, que é o Esporte Clube Bahia, em seu “mando de campo” apenas.

O comparecimento no futebol geralmente é dividido em dois tipos de espectadores. No primeiro caso, é o sócio torcedor, que compra os ingressos de uma temporada inteira com antecedência. No segundo caso, o comprador de ingressos para partidas individuais, que pode ter decidido assistir à partida tão cedo quanto há um mês para o acontecimento do evento esportivo, ou tão tarde quanto horas, minutos antes de acontecer a partida. O comportamento entre esses dois grupos difere em termos da frequência ao estádio. Os desincentivos para os sócios torcedores são pequenos, pois com a temporada inteira já comprada só terão custos em termos de tempo e transporte e, no caso mais extremo, do time ter uma qualidade sofrível, culminando assim com o sofrimento desse tipo de torcedor. Para compradores dos ingressos das partidas individuais, por outro lado, estes são mais seletivos nas escolhas das partidas e mais sensíveis a flutuações recentes no desempenho do time da casa ou da qualidade do time visitante (DOBSON; GODDARD, 2011). No caso do futebol brasileiro, o boletim informativo do público oferece informações detalhadas dos torcedores que adentram aos jogos.

Segundo Villar e Guerrero (2009) a teoria do “*attendance*” considera os determinantes da demanda, por eventos esportivos como os preços dos ingressos, preço dos bens substitutos e complementares e a renda. No entanto, outros elementos têm sido incluídos, de maneira a tornar os modelos mais reais. Desse modo, os elementos da teoria de *attendance*, englobam, em geral, cinco grupos de determinantes de frequência de público, sendo estes:

- Demografia e determinantes geográficos da *attendance*;
- Preço, renda e desemprego;
- Qualidade da equipe e incerteza de resultado;
- Transmissão da TV;
- Outras influências.

#### **4.4.1 Demografia e determinantes geográficos**

A extensão do mercado nos esportes profissionais é um forte indicador de sucesso de uma equipe. Normalmente, clubes situados em grandes mercados possuem maior probabilidade de lucro financeiro e sucesso esportivo. O tamanho do mercado em que a equipe atua é um agente facilitador de sucesso e influí na riqueza das equipes. Nos esportes estadunidenses, as autoridades das ligas esportivas transferem recursos das grandes equipes para as menores. Na

*Major League Baseball* (MLB), por exemplo, é cobrado a *Luxury Tax*, uma espécie de imposto que tem como finalidade transferir recursos de grandes equipes como o New York Yankees para equipes menores quanto o Kansas City Royals. Portanto, o tamanho do mercado onde a equipe está inserida pode influenciar de forma positiva no sucesso esportivo desta, pois haverá maior facilidade na acumulação de recursos proporcionando, assim, a contratação dos melhores profissionais.

As franquias esportivas da América do Norte, que são reconhecidas como maximizadores de lucros (FORT; QUIK, 1995), procuram, por meio do monopólio dado a elas pela liga, alocar-se centralmente na competição, ao mesmo tempo sendo dispersas geograficamente. Por outro lado, no futebol inglês as equipes procuram não apenas maximizar os lucros, tendo o objetivo alternativo de obter o maior número possível de partidas vencidas (KÉSENN, 1996). Desse modo, levando a uma concentração de clubes na direção da concentração econômica e geográfica. Essas informações nos levam a afirmar que o futebol brasileiro é semelhante, em sua estrutura, ao futebol inglês, permitindo que ocorra concentração geográfica de times.

A localização geográfica influi na extensão do mercado através da densidade populacional e distância do evento esportivo. O tamanho do mercado, por sua vez, pode agilizar a contratação de jogadores talentosos, pois os salários são diretamente proporcionais ao tamanho dos mercados (BURGER; WALTERS, 2003). A teoria aponta na direção contrária da simples intuição óbvia na profunda ligação entre o tamanho do mercado onde o clube está inserido e a presença dos seus torcedores no estádio. Isso porque, a medida do tamanho do mercado é dificultada pela arbitrariedade dos limites das cidades e pela dispersão geográfica dos torcedores, principalmente, pertencentes a grandes clubes. A ligação entre o tamanho de mercado e frequência de público no estádio torna-se menos evidente em áreas de captação de adeptos do time e para a satisfação do consumo deles pelos produtos da sua equipe quando a dimensão do mercado deixa de ser definida de modo arbitrário para alguma extensão geográfica. Segundo Dobson e Goddard (2011) definem, o conhecimento do real tamanho do mercado é dificultado pela erosão progressiva ao longo do tempo da segmentação geográfica dos adeptos, especialmente dos principais clubes. Manchester United, por exemplo, é atualmente famoso (ou notório) por planejar o seu apoio através de todas as regiões do Reino Unido, e muito além.

A dificuldade é gerada pela arbitrariedade dos limites municipais onde as medidas estatísticas da população são realizadas. Além disso, os ajustes têm que ser feitos no caso da existência de

mais clubes na região. Mesmo com esses empecilhos a ligação entre o tamanho do mercado e o comparecimento de público é retratada nos trabalhos acadêmicos e com resultados que confirma o efeito geográfico do tamanho do mercado. A inclusão do tamanho do mercado é dificultada quando o estudo envolve um único clube, devido à lenta mudança geográfica no tamanho do mercado ao longo do tempo.

Desse modo, Hart, Hutton e Sharot (1975) e Cairns (1987) ambos evitam a necessidade de incluir na medida o tamanho do mercado para o clube da casa. Baimbridge, Cameron e Dawson (1996) usaram a medida da população local e Walker (1986) usou modelos de mobilidade urbana em seus estudos. Nesses dois últimos artigos, foi usado a distância do estádio para as equipes da casa e visitante com objetivo de mostrar a presença de público. A conclusão foi que quanto mais distante é o local da partida maior será a influência negativa no comparecimento de torcedores. Dobson e Goddard mostraram que Jannett (1984) dividiu a população do time da casa pela distância dos lugares em torno do estádio, obtendo o tamanho do mercado. Além disso, usou variáveis binárias para o local dos jogos entre rivais tradicionais que aqui no Brasil é chamado de “clássico”.

Buraimo e Simmons (2006) utilizaram para estimar o tamanho do mercado, o senso da Inglaterra e País de Gales, pois avaliaram o papel da população local na determinação da frequência de público nas partidas da *English Premier League* entre 1997 e 2014, usando o conjunto de dados em painel. Os autores tomaram como suposição que um grande número de clubes competindo em uma área específica diminui a presença de público entre eles. As conclusões foram que os clubes situados em grandes mercados colocam mais pessoas no estádio e sugeriram subsídios aos clubes em mercados menores para atraírem jogadores mais talentosos.

#### **4.4.2 Preço**

Na maioria dos modelos de presença de público em eventos esportivos existem dificuldades para identificar o relacionamento entre as suas variáveis. As variáveis como preço dos ingressos, renda *per capita*, taxa de desemprego local e frequência de público nas partidas não apresentam um relacionamento claro nos estudos acadêmicos. O relacionamento tende a ser ambíguo, pois cada clube apresenta uma realidade econômica na sua região de atuação evidenciada. Comparando o futebol inglês com o brasileiro, por exemplo, temos os clubes ingleses como Liverpool, Everton, Newcastle United e Sunderland apresentando situações, em suas devidas proporções, parecidas com a do Bahia, Sport, Santa Cruz e Ceará. Estes clubes

citados possuem torcidas fanáticas, porém localizadas em cidades ou regiões de baixa renda *per capita* e alto desemprego, o que dificulta a análise dos relacionamentos causais entre variáveis.

Na situação dos clubes citados acima, estes podem cobrar ingressos de menor valor em relação aos clubes de status similar localizados em regiões mais ricas. Isso faz com que, um modelo de “*attendance*” apresente um comportamento variável na maioria das pesquisas. Isso não implica que a redução da renda *per capita*, o aumento do desemprego ou redução no preço dos ingressos cause um aumento na presença de público. Dobson e Goddard (2011) apontam que a maioria dos estudos sobre a presença de público nas partidas, carecem de uma dimensão adequada do tempo para identificar a relação temporal entre variações nos preços, renda e desemprego e a correspondente variação na frequência de público.

As equipes esportivas geralmente são consideradas como monopolistas locais, mesmo onde existem vários times competindo em uma dada região. O maior exemplo pode ser retirado do futebol baiano, pois uma vez torcedor do Esporte clube Bahia dificilmente deixará de torcer para este. Dentro da região metropolitana de Salvador existem dois rivais, sendo estes o Bahia e o Vitória, que possuem torcidas que dificilmente mudarão entre eles, mesmo que os resultados de um sejam melhores que do outro. Em esportes norte-americanos, a alocação de franquias pela *Major League* tende a ser determinada geograficamente, no qual uma nova franquia cumpre a determinação de ficar a uma distância maior da localização de uma outra mais próxima.

Como monopolistas locais, as equipes esportivas poderiam, a partir da teoria neoclássica convencional, definir os preços dos ingressos. Na maioria dos estudos acadêmicos a elasticidade preço da demanda é pelo menos 1, em valor absoluto, ou localizada na parte inelástica da curva de demanda. No primeiro momento, isto pode contradizer a teoria econômica no caso de preços situados na parte inelástica da demanda serem reduzidos, induzindo à conclusão de que este seria um exemplo de comportamento “irracional” da gerencia das equipes esportivas devido à perda de faturamento. Esse comportamento irracional é explicado, no caso da redução dos preços na parte inelástica da curva de demanda, na situação em que o aumento da torcida no estádio melhora o desempenho do time dentro do campo. A análise teórica de Marburger (1997) mostra alguma possibilidade de racionalização da aparente discrepância entre teoria e evidência. O autor aponta o baixo preço do ingresso como um incentivador do consumo de bens complementares dentro do estádio. Este cita como exemplo o caso dos tíquetes de entrada da *Disneyland*, que permite o acesso a outros serviços dentro do parque, que são comprados pelos



consumidores. Deste modo, a empresa pode baixar o preço da entrada para ganhar nos *souvenirs* vendidos dentro das suas estruturas.

Existe uma grande diversidade de resultados a respeito do efeito preço em “*attendance*”. O que se espera é uma diminuição no número de espectadores em uma partida de futebol no caso de um aumento no preço do ingresso, ou seja, uma elasticidade preço com sinal negativo é estatisticamente significativa. Não obstante, embora o coeficiente para a elasticidade ser negativo em quase todas as pesquisas, este também é estatisticamente não significativo em muitos casos. Vários autores, inclusive não incluem preços em seus modelos de frequência de público. A explicação para este procedimento é que o modelo pode não ser bem apresentado e os verdadeiros preços do ingresso não puder ser capturado devido à diversidade de preços que são cobrados no estádio. Por outro lado, este preço não inclui outros custos como o preço do transporte e demais custos associados com a presença de público nos jogos.

Garcia e Rodrigues (2002) mostram que a elasticidade preço é subestimada se uma equação da “*attendance*” é estimada sem considerar a endogeneidade da variável preço. Outro problema apontado pelos autores é o viés causado pela simultaneidade dessa variável. Nesse caso, a equação separada para preço é estimada, dependente de um grande número de covariados contemporâneas e defasadas. A demanda de presença de público é então estimada usando valores embutidos a partir da equação preço, em lugar da variável preço original. O valor preço assim produzido seria não correlacionado com o termo de distúrbio da equação de “*attendance*”, o qual a variável preço é correlacionada com o termo de distúrbio se o preço é parte dependente desta equação. O autor conclui que a elasticidade preço dos clubes é negativa, porém menor que 1. O resultado, portanto, aponta para uma inconsistência do comportamento maximizador do lucro apontado pela teoria econômica. Isso acontece, porque os autores mostraram que a elasticidade preço é subestimada se uma equação da presença de público é estimada usando apenas uma equação com o método dos mínimos quadrados ordinários (MQO).

Os autores Park, Lee e Miller (2006) exploraram os determinantes para a presença de público nos jogos da MLB para os 23 clubes participantes individualmente. Os autores encontraram que os times possuem uma elasticidade na parte inelástica da função demanda, pois não são apenas ofertadores de um produto e sim de vários produtos. A venda de ingressos seria apenas uma das várias fontes de recursos dentro do estádio no dia da partida. Essa conclusão refuta que os clubes não possuem um comportamento maximizador de lucros por possuírem uma elasticidade menor que 1, pois eles são produtores de múltiplos produtos e o baixo preço cobrado pela entrada do

torcedor serve para induzi-lo a consumir outros produtos dentro do estádio ou impulsionam o desempenho esportivo do time dentro do campo.

No seu trabalho monográfico, Aslan (2014) desenvolveu o estudo sobre a formação de preços dos ingressos comercializados por cambistas nos jogos do Esporte Clube Bahia no Campeonato Brasileiro de 2012. O autor utilizou a teoria da demanda “tudo ou nada”, com base na inversa da função de demanda ordinária (marshalliana) para estimar a elasticidade-preço da demanda dos ingressos ofertados pelos cambistas. Os principais resultados encontrados foram que: o preço praticado pelos cambistas é proporcional à distância ao estádio; existe um domínio da assimetria da informação a favor dos cambistas; o preço do ingresso é caracterizado por uma demanda elástica e condicionado a importância do jogo; o cambista quando destituído de métodos escusos, possuindo mais ingressos do que a cota permitida, favorece ao mecanismo de correção das distorções do mercado de ingressos.

É necessário enfatizar a dificuldade para medir um preço relevante para a equação de “attendance”. O ponto principal para a construção de preços na equação é conferir aos diferentes assentos do estádio, com diferentes preços, para um mesmo evento esportivo, uma medida que expressa todas as suas formas de modo satisfatório. Neste caso, Garcia e Rodriguez (2009), sugerem a construção de médias ponderadas de ingressos vendidos ou colocada à venda.

#### **4.4.3 Renda**

Ao contrário do preço, no qual o seu impacto na presença de público é esperado para ser negativo, *a priori*, a expectativa sobre o sinal do coeficiente variável da renda não é possível de ser determinado *ex ante*. Alguns eventos esportivos podem ser definidos como bem normal e outros como bem inferior. Até mesmo um mesmo evento pode ser classificado como um ou outro bem em diferentes artigos pelo mesmo autor tamanha variabilidade o efeito da variável renda.

A maneira mais típica de avaliar o efeito da variável renda tem sido através da renda *per capita*. Não obstante, alguns estudos utilizam aproximações alternativas à renda *per capita*. Uma outra forma de capturar o efeito renda em eventos esportivos é utilizar o gasto real para consumo. Esta variável é sujeita a críticas devido as variações bruscas na tendência de consumo em um dado momento se refletir nas taxas de consumo ao longo dos anos. Os ganhos semanais também são usados, por exemplo, por Borland (1987), no estudo da presença de torcedores no futebol

de regras australianas<sup>7</sup>. Os ganhos semanais somente para homens também são utilizados em alguns estudos. De um modo geral, além dessas variáveis, também é comum o uso da renda pessoal disponível, renda das famílias, distinção de renda entre negros e brancos, renda regional real como aproximação da renda média bruta e a utilização das médias salariais dos torcedores do clube da casa e do clube visitante.

No artigo de Park, Lee e Miller (2006), os autores utilizaram a renda *per capita* para investigar a demanda pelo público nos jogos dos 23 times da MLB, no período entre 1970 a 2003. A elasticidade renda não apresentou uma uniformidade entre os clubes. Em 15 dos clubes analisados foi encontrado um efeito renda elástica, o que caracterizava a MLB como um bem normal. Por outro lado, para o restante dos clubes evidenciou-se um efeito renda inelástica, caracterizando os jogos da MLB para estas torcidas como um bem inferior.

O trabalho de Borland (1987) observou a demanda por futebol de regras australianas entre as temporadas de 1950 a 1986. O estudo foi estabelecido com o intuito de determinar e quantificar o efeito de fatores que influenciaram significativamente a demanda pelo *Victorian Football League* (VFL), uma vez que a pesquisa teve como agente incentivador o declínio de público sofrido pela VFL. O autor utilizou para os ganhos médios semanais do torcedor para inferir renda. O resultado encontrado foi a variável renda estatisticamente significativa e tendendo a ser menor. Além disso, a VFL foi caracterizada como um bem normal.

A definição da renda, independente da influência nos resultados em um dado modelo, indica a falta de variabilidade deste termo. A renda utilizada para uma mesma equipe na temporada completa pode indicar que ela é correlacionada com outra variável ou em variáveis não observadas, que possuem uma estrutura semelhante a esta. Em particular, para uma dada temporada, esta variável capturaria um certo tipo de efeito fixo do time da casa.

#### **4.4.4 Desemprego**

Alguns autores têm usado a taxa de desemprego como variável dependente na equação de *attendance*. Para esta variável, o coeficiente geralmente apresenta sinal contrário ao da variável renda, ou seja, efeito negativo sobre a frequência nos estádios. Mesmo com esse raciocínio, a significância do coeficiente pertencente ao desemprego é pobre nos estudos apresentados. Contudo, nos períodos em que são registradas altas taxas de desemprego é comum que os

---

<sup>7</sup> O futebol de regras australianas, *Australian Football League* (AFL) é semelhante em sua prática ao futebol Americano, *National Football League* (NFL).

esportes tornem-se ainda mais populares, pois ajudam as pessoas a gerirem frustrações pessoais. Isto pode explicar, em parte, o sinal positivo encontrado em algumas pesquisas.

O trabalho de Avgerinou e Giakoumatos (2009) investigou o efeito das variáveis econômicas para os 26 clubes da divisão A e B do futebol grego em 16 temporadas, entre 1991/92 a 2006/07. As variáveis utilizadas foram o preço, a renda e o desemprego. O resultado encontrado pelos autores foi uma elasticidade renda de 0,46, sugerindo que o futebol grego é um bem normal e a taxa de desemprego teve efeito negativo para a presença de público nas partidas do futebol da Grécia.

Shatek (2010) desenvolveu um trabalho considerando a recessão, o desemprego e a presença de público na liga de baseball estadunidense com o objetivo de analisar os efeitos da desaceleração econômica dos Estados Unidos após 2007 na presença de público. Com relação ao desemprego, o resultado encontrado apontou apenas um pequeno valor no parâmetro e estatisticamente significativa na relação entre desemprego e frequência de público. O autor concluiu então que o desemprego pode ser um determinante da presença de público em raros casos nas franquias de baseball analisadas.

#### **4.4.5 Qualidade da equipe e incerteza de resultado**

A qualidade do produto é outro aspecto considerado no desenvolvimento de equações *attendance* para eventos esportivos. A variável qualidade da equipe de alguma maneira captura parte da heterogeneidade do produto, desde que se considere a diferenciação de uma partida para outra. Além disso, também é considerado que as equipes são sempre diferentes e a situação deles deve mudar ao longo da competição.

A qualidade esperada do time da casa, todas as outras coisas se mantendo constante, será proporcional a probabilidade de sucesso e tendo como resultado a elevação da demanda pelos jogos. Por outro lado, mesmo com o fato de times visitantes possuírem alta qualidade, *ceteris paribus*, influenciando na redução da probabilidade de sucesso do clube da casa existe evidências que a presença de público no estádio aumente. Isto é explicado, alternativamente, através da expectativa de todos os espectadores de eventos esportivos da maior qualidade do duelo entre equipes.

A medida da qualidade esperada para as equipes tem sido a posição na classificação dos clubes antes das partidas. Em muitos estudos empíricos fica claro o forte relacionamento entre a qualidade da equipe e a presença de público na partida. Hart, Hutton e Sharot (1975) utilizara

a posição corrente do campeonato dos times da casa e visitantes como variáveis explicativas. Os autores encontraram que enquanto o time visitante bem colocado possui maior frequência de público, o coeficiente para posição do time na tabela do campeonato é geralmente não significativo. Pela estimação de equações de clubes específicos através de um longo período obtêm-se grandes variações na variável posição do time na competição.

Por outro lado, Dobson e Goddard (1992) obtiveram coeficientes estatisticamente significativos em ambas as variáveis, posições da equipe da casa e do visitante. Os autores construíram a variável referente à qualidade a partir de 3, 4 ou 5 partidas mais recentes jogadas por um ou ambos os clubes. Os resultados mostraram que uma recente sequência de bons resultados influenciando em uma boa colocação do time tem um efeito positivo e significativo na presença de público no estádio.

Outras aferições da qualidade do time usada pelos pesquisadores da economia dos esportes podem ser ilustradas por meio da qualidade dos jogadores, ou se a partida é esperada para ser emocionante. Estes atributos geralmente têm efeito positivo na presença de público. Embora a relação de jogadores de uma equipe sofra mudanças no ano, a qualidade da equipe é uma variável que pode ser considerada como constante ao longo da temporada. Para a aproximação desta variável, diferentes alternativas têm sido utilizadas, por exemplo, o orçamento das equipes, o número de jogadores internacionais na equipe ou a existência de jogadores considerados “estrelas” no clube.

Kahane e Shamanske (1997) estudaram a relação entre a lista de renovação de jogadores das equipes e a presença de público na liga americana de baseball. O artigo apontou que os torcedores preferem uma composição temporada após temporada constante da equipe deles. Os autores controlaram preço, renda, população, qualidade da equipe, campeonato, ano e estádio. A regressão indicou que para cada ponto percentual acrescido de perda da composição da equipe a frequência de público tende a cair 0,7%. Logo, com o aumento das transferências de jogadores entre as equipes desde a década de 1970 nos Estados Unidos, uma perda anual média de 27% dos jogadores que formavam as equipes vendedoras, tem como consequência a diminuição por volta de 6.000 até 12.000 torcedores na respectiva liga.

Algumas partidas são especialmente interessantes para espectadores, além da emoção que eles podem gerar. Este caso pode ser enquadrado entre equipes da mesma cidade ou de cidades rivais ou mesmo para clubes com grande tradição de rivalidade independente da conotação geográfica ou começando e terminando partidas na temporada. Este interesse especial deve favorecer a

frequência de público. Geralmente, este tipo de informação é incorporado nos modelos através das variáveis *dummy*.

O apelo de uma partida ou um campeonato é maior se o resultado é incerto. Por outro lado, alguns espectadores só irão para o estádio se eles forem convencidos que o time da casa vai para o jogo com chances reais (sendo favorito) de triunfo. Não obstante, o argumento mais lógico na economia do esporte é que as partidas com mais alto grau de incerteza atraem um grande número de torcedores. Na literatura existe três formas de distinção entre tipos de incertezas de resultados, dependendo das informações disponíveis: incerteza de resultado na partida, incerteza de resultados na temporada e a ausência de domínio de um dado clube em um certo campeonato no longo prazo.

Para inferir a incerteza da partida a literatura tem usado diferentes aproximações, como o logaritmo de diferença da posição no campeonato jogado pelos clubes. A maioria dos estudos ignora fatores provenientes da vantagem de jogar em casa, se uma equipe tem ou não um bom desempenho ou se um time está gradualmente melhorando sua classificação na tabela do campeonato. Alguns estudos considera a possibilidade de interação entre incerteza e situação atual dos clubes. Esses estudos são dificultados por causa da identificação dos efeitos da variável qualidade e da incerteza de resultados. Para medir a incerteza também são considerados algumas estratégias como:

- (i) O cálculo da média esperada de vencer, por meio de probabilidades a partir da última temporada, último mês e temporada atual;
- (ii) O uso de apostas antes da partida para estabelecer a probabilidade de triunfo para a equipe da casa;
- (iii) Posição do time para alcançar o topo da tabela ou se classificar nos “*play-offs*”.

Hart, Hutton e Sharot (1975) incluíram o valor absoluto da diferença entre posição no campeonato do time da casa e do visitante para medir a incerteza. Os autores não encontraram coeficiente negativo, indicando o quanto é uniforme o equilíbrio dos clubes. Contudo concluem que quanto mais a partida é incerta em seu resultado maior a presença de público. Borland (1987) examinou os efeitos da incerteza dos resultados em uma frequência de público anual na *Australian Rules Football* ao longo do período 1950-1987. A incerteza foi capturada por várias medidas de dispersão de pontos conquistados pelas equipes. As evidências apontaram para a sensibilidade do público total com a incerteza de resultados no campeonato.

Kuypers (1997) calculou a incerteza de resultado ao longo da temporada por três tipos de medidas. As medidas capturam o número de partidas realizadas, o número de pontos atrás do líder e o número de pontos acima da posição limite de rebaixamento para a segunda divisão. Neste estudo a incerteza relacionada com o título do torneio e a possibilidade de rebaixamento para a segunda divisão é medido. Os resultados mostraram que a variável incerteza de resultado do jogo tem um alto impacto, além de possuir um sinal positivo, na frequência de público nas partidas. Deste modo, o autor sugere que as receitas da liga sejam repartidas igualmente entre os clubes maiores e menores para, principalmente, aumentar a incerteza de resultado partida.

Ribeiro (2010) observou que a demanda do público pelos jogos do campeonato baiano diminuiu em média 2% quando a diferença de pontos entre os clubes que irão disputar uma partida aumenta em 1%. Lahvička (2013), com dados de nove temporadas do futebol inglês, encontrou evidências do efeito da incerteza de resultado no público pagante no estádio. As evidências empíricas foram confusas. A inconsistência de resultados, apontado pela autora pode ser explicada pelas especificações de regressões indevidas. A autora propõe uma aproximação para analisar a incerteza da partida e constata que o público aumenta se os dois times adversários forem fracos ou fortes e a função equilíbrio tem uma forma de sino.

#### **4.4.6 Transmissão da TV**

As autoridades esportivas geralmente têm observado que esportes televisionados são prejudicam a presença de público nos estádios. Em primeiro lugar, pode ocorrer o efeito substituição com torcedores preferindo assistir televisão a frequentar estádios. Além disso, a transmissão esportiva pode ser complementar à presença de público no evento esportivo, uma vez que também oferece maior publicidade aos clubes. Apesar dos dados sobre a relação entre a transmissão da TV dos jogos e a frequência dos torcedores nos estádios serem confusos, as pesquisas tendem a considerar a transmissão esportiva como um bem complementar a presença de público.

Buraimo (2006) cita dois estudos opostos sobre a natureza do comportamento da transmissão da TV frente à demanda de espectadores no estádio. No primeiro caso, o modelo encontrado para o *College Football*, afirmando que a transmissão ao vivo pela TV era um complemento e não um substituto da presença de público no estádio. O segundo caso na análise do público para o *College Football* não encontrou nenhuma evidência de complementariedade da transmissão da TV com o público total no estádio. Em outra pesquisa, discutida por Dobson e Goddard (2011), apontaram que a transmissão da partida de domingo não afetava o público do estádio.

No entanto, as partidas transmitidas segunda-feira afetavam em 15% para menos o público do jogo.

Os estudos trazem a evidência que a presença de público é positivamente relacionada com a audiência dos telespectadores na transmissão das partidas de futebol. Isto sugere que um estádio com a sua capacidade total preenchida oferece um espetáculo superior para a TV, aumentando, assim, a audiência da emissora. Os economistas do esporte apontam que a audiência da partida na TV diminui quando a probabilidade de vitória de um dos times é muito grande. Por outro lado, existe a tendência de telespectadores em não assistir à partida que permanece sem gols por um longo tempo ou para partidas para o qual a probabilidade de um empate aumenta com o jogo em progresso. O tamanho da audiência também é afetado pelas trocas de canais e são propensos a aumentar ou diminuir por mais de meia hora e na hora do que em outros momentos.

#### 4.4.7 Outras influências

A frequência de público em eventos esportivos pode envolver alguns custos para torcedores que irão para o estádio. Estes fatores geradores destes tipos de custos seriam variáveis como o clima, a transmissão da TV, o dia e hora da partida, competição com outros esportes e a distância entre as cidades dos dois times.

Parece ser possível assumir que o clima favorece a presença de público para a performance ao ar livre<sup>8</sup>. A maneira de modelar o efeito clima tem sido através de informações quantitativas sobre temperatura em graus, bem como variáveis binárias para capturar os efeitos se chove ou não, se é um dia ensolarado ou não ou se é um dia frio ou não. Os resultados geralmente mostram que a temperatura não tem impacto significativo, ou que existe impacto negativo no público com presença de chuva. Para exemplo dessa abordagem, ver Siegfried e Hinsaw *apud* Villar e Rodriguez (2009).

Um outro fator importante a ser introduzido no modelo de frequência de público é a informação referente aos jogos que indicam se a partida é jogada no domingo ou em um feriado. As partidas tanto no domingo como no feriado parecem favorecer a frequência nos estádios. Além disso, a hora da partida pode também ser um determinante da presença de público, quanto à variável distância, a importância quantitativa do deslocamento de torcedores depende da distância viajada e das características de um certo número de adeptos do time. Na maioria das

---

<sup>8</sup> Quando é utilizada esse tipo de variável temos que tomar cuidado. Pois os valores dele devem possuir um sentido climatológico e não diferenças regionais de como desfrutar a hora de lazer.



investigações essa variável reduz a frequência de público. Finalmente, outras questões têm sido investigadas pelos economistas do esporte na presença de público nos estádios: a idade do torcedor, o efeito de uma reestruturação da liga, o efeito da composição racial do time, a estrutura demográfica local, efeitos do jogador *superstar*, efeitos da tradição do clube e impactos do sucesso ou insucesso em uma copa do mundo para os clubes nacionais.

Ao longo da análise deste capítulo foi concluído que o esporte é um novo setor a ser estudado pela economia. Possui como característica a dificuldade de ser analisado em conjunto, pois os usuários divergem em diversos interesses e as práticas esportivas são diferentes enquanto a sua natureza. Também foi descrito que as pesquisas econômicas referentes ao futebol começaram na Inglaterra na década de 1970 e hoje influem em toda a Europa, enquanto que na América latina é quase inexistente o seu estudo. As diferenças entre a liga europeia em comparação a liga americana também foram analisadas. Nesse sentido, foi evidenciado o paradoxo entre os economistas do esporte, pois não explicam a coexistência de duas formas concorrentes e que através dos anos uma não se sobressaiu sobre a outra. Finalmente, foi discutido alguns resultados de estudos acadêmicos, como as variáveis preço e renda que serão utilizadas na elaboração da regressão de *attendance*, objetivo desse trabalho. Com isso, pode-se afirmar que existe uma grande base teórica de sustentação para a estimação de uma função de demanda por ingressos para os jogos do Esporte Clube Bahia em Salvador. A metodologia empírica para a realização do procedimento será apresentada no próximo capítulo.

## 5 METODOLOGIA E BASE DE DADOS

Este capítulo apresenta a metodologia para a realização da pesquisa empírica, que consiste na estimação econométrica de uma equação de demanda ou frequência de público nos jogos do Esporte Clube Bahia. Após a formalização da equação de *attendance* a ser estimado, serão apresentados os princípios básicos para o tratamento e estimação de modelos de séries temporais multivariados, a saber, teste de raiz unitária, análise de cointegração. Ao final do capítulo será apresentado o banco de dados a ser utilizado para a realização de análises empíricas, bem como dos estimadores econométricos.

### 5.1 FORMALIZAÇÃO DA EQUAÇÃO ECONOMÉTRICA

A teoria sugere que a frequência de público nos jogos do Esporte Clube Bahia vai ser especificado em função de fatores que influenciam a demanda dos jogos deste clube. Seguindo a literatura descrita sobre os determinantes da *attendance* nos esportes, apresentado no capítulo 3, é postulado um relacionamento de longo prazo entre a variável dependente e as respectivas variáveis independentes mais importantes dessa relação. Na equação aqui apresentada a variável dependente será o público pagante nos jogos do time ao longo do período analisado. As variáveis independentes, que influenciam a demanda por ingressos nas partidas do time, serão o preço médio real do Ingresso vendido e a renda média *per capita* real da Região Metropolitana de Salvador, tanto o preço e a renda ajustados para o ano base de 2011. Desse modo, considerando a especificação tomada dos autores Park, Lee e Miller (2006), a função de demanda (*attendance*) por ingresso será inicialmente definida pela seguinte função geral:

$$A = f(P, R, X) \quad (1)$$

Na equação (1),  $A$  representa a frequência de público no estádio, ou seja, a *attendance*,  $P$  representa o preço real do Ingresso,  $R$  representa a renda média *per capita* real da Região Metropolitana de Salvador e  $X$  é um vetor contendo outras variáveis que influenciam a frequência de público.

A especificação de uma função de demanda a partir dessa função geral será adotada como forma funcional de uma equação linear logarítmica.

$$\text{Log } A_t = \beta_0 + \beta_1 \log P_t + \beta_2 \log R_t + \beta_3 X_t + u_t \quad (2)$$

Na equação (2), os parâmetros  $\beta_1$  e  $\beta_2$  indicarão não somente a direção e a influência das variáveis preço e renda, mas também a aproximação das elasticidades preço e renda da demanda

por ingressos nos jogos do Esporte Clube Bahia. Espera-se que estes efeitos sejam negativos e positivos, respectivamente. Como no vetor  $X$  serão inseridas outras variáveis explicativas, os seus respectivos efeitos sobre a demanda por ingressos, e/ou a influência sob as elasticidades preço e renda não poderão ser antecipados. Os sinais e valores desses parâmetros serão importantes para a elucidação do comportamento econômico da torcida do Esporte Clube Bahia dentro do seu “mando de campo” em Salvador. Finalmente o termo  $u$ , conterà erros de medições e todos os outros influenciadores que estarão sendo incluso no modelo.

## 5.2 PRINCÍPIOS DE ANÁLISE DE SÉRIES TEMPORAIS

As séries temporais são sequências de dados numéricos no qual cada um deles está associado a um instante particular no tempo. A análise de uma única série de dados chama-se análise de séries temporais univariadas. Já o estudo de vários conjuntos de dados de uma mesma sequência de períodos de tempo é chamado de análise de séries temporais multivariadas ou de forma mais simples, análise de séries temporais múltiplas (MADDALA, 2003). Neste trabalho será estudado a análise de séries temporais múltiplas. Portanto, o propósito da análise de séries temporais é o estudo das dinâmicas ou das estruturas temporais dos dados ligados ao público nos jogos do Esporte Clube Bahia em seu “mando de campo”, na Região Metropolitana de Salvador.

Na abordagem recente de séries temporais, estas são geradas integralmente por um mecanismo aleatório denominado de processo estocástico. Para cada período de tempo  $t$ , existe um conjunto de valores aleatórios que a série pode assumir. Para cada valor está associado a possibilidade de ocorrência desse valor (VASCONCELLOS; ALVES, 2000). Tomando uma série de valores, descrito por  $X_t$ , uma forma de descrever o processo estocástico é especificar a distribuição conjunta das variáveis  $X_t$ . Esse processo é feito por meio da frequência de valores, definindo os primeiros e os segundos momentos das variáveis aleatórias  $X_t$ , da seguinte forma: (i) a média  $\mu(t) = E(X_t)$ ; (ii) a variância  $\sigma^2(t) = var(X_t)$ ; (iii) as autocovariâncias  $\gamma(t_1, t_2) = cov(X_{t_1}, X_{t_2})$ .

Quando  $t_1 = t_2 = t$ , a autocovariância é  $\sigma^2(t)$ . Deste modo, são caracterizados os processos estocásticos estacionários, que é uma importante classe de processos estocásticos. Como correspondência a esses processos acima descritos, temos as séries temporais estacionárias. A serie temporal é observado como estritamente estacionária se a distribuição conjunta de qualquer conjunto de  $n$  observações  $X(t_1), X(t_2), \dots, X(t_n)$  é a mesma distribuição conjunta de  $X(t_1 + \kappa), X(t_2 + \kappa), \dots, X(t_n + \kappa)$  para todos os  $n$  e  $\kappa$ .

A definição de estacionaridade estrita também é válida para todos os valores de  $n$ . Escrevendo  $t_1 + \kappa = t_2$ , tem-se o mesmo que a distribuição de  $X(t_2)$  e de  $X(t_2 + \kappa)$ . Isso depende da diferença  $t_2 - t_1$ , que é chamada de defasagem. Tomado,  $\gamma(\kappa) = cov[X(t), X(t + \kappa)]$  é o coeficiente de autocovariância na defasagem  $\kappa$ .  $\gamma(\kappa)$  é chamado de função de autocovariância.  $\gamma(0)$  é a variância de  $\sigma^2$ . No caso em que não se considera as unidades de mensuração da variável  $X(t)$ , ao invés de se considerar a autocovariância, é conveniente adotar as autocorrelações que estão livres das unidades de mensuração. O coeficiente de autocorrelação  $\rho(\kappa)$  na defasagem  $\kappa$  como  $\rho(\kappa) = \gamma(\kappa)/\gamma(0)$ , onde  $\rho(\kappa)$  é chamado função de autocorrelação. Uma diagramação de  $\rho(\kappa)$  x  $\kappa$  é chamada de correlograma.

Quanto à estacionaridade fraca, trata-se de uma definição menos restritiva de estacionaridade. Nesse caso, considera-se apenas o primeiro (média) e segundo momento (variância), excluindo momentos mais elevados. Assim, pode-se obter a média constante e sua função de autocorrelação dependente da defasagem. Nesse momento, dois pontos importantes devem ser indicados sobre a função de auto correlação:

- (i) É uma função par da defasagem ( $\rho(\kappa) = \rho(-\kappa)$ ).
- (ii) Haverá apenas um processo normal para uma dada função de autocorrelação.

A função de autocorrelação (FAC), também conhecida como coeficiente de correlação serial, e a função de autocorrelação parcial (FACP) são etapas do processo de identificação do tipo da série temporal usada pela metodologia de Box-Jenkins conforme Vasconcellos e Alves (2000). A FAC tem como objetivo determinar os coeficientes de autocorrelação amostral de cada parâmetro da série, assim, construindo o gráfico chamado de correlograma característico do grau de integração da série avaliada. Já FACP mede a correlação entre o valor da série corrente e o valor da série passada com a influência dos valores entre esse intervalo descontado. Portanto, tanto a FAC e a FACP são critérios para se definir o grau de integração e o tipo do filtro ou componente (AR, MA, ARMA e ARIMA) que são geradores da série temporal estudada (VASCONCELLOS; ALVES, 2000).

Essas informações são usadas para se analisar a estacionaridade das séries. Como o objetivo é avaliar o relacionamento no longo prazo entre a frequência de público e os respectivos determinantes, é necessário que, inicialmente, as séries sejam estacionárias. Desse modo, uma série será considerada estacionária se a média, variância e autocovariância forem invariantes no tempo. A análise de séries temporais com base em série estacionárias é muito mais simples, devido à maior estabilidade das séries. Para tanto, testes de raiz unitária foram desenvolvidas

para se verificar os procedimentos de estacionarização das séries previamente, conforme Enders (2010). Os testes a serem utilizados serão o Dickey-Fuller aumentado (ADF), Schmidt Phillips e KPSS (Kwiatkowski, Phillips, Schmidt e Shin).

Esses testes têm como característica principal as hipóteses ADF e Schmidt Phillips serem as mesmas, com a hipótese nula afirmando uma raiz unitária e a hipótese alternativa afirmando a série analisada como estacionária. Já o teste KPSS apresenta hipóteses contrárias aos dois testes citados.

### 5.3 VETOR AUTO REGRESSIVO (VAR)

O modelo VAR é utilizado para o estudo das inter-relações entre as diferentes séries temporais. Este é caracterizado pela facilidade de ser estimado, pois pode ser estimado através dos mínimos quadrados ordinários (MQO). Esse método é bastante usado quando existem várias séries temporais no problema estudado e é preciso considerar a interdependência entre elas (MADDALA, 2003). Portanto, o objetivo dessa metodologia é restringir as equações do modelo, tendo como consequência a identificação dos parâmetros estruturais do VAR, que representem a interdependência entre as variáveis.

Um modelo auto regressivo de ordem  $p$  pode ser representado por um vetor com  $n$  variáveis endógenas,  $X_t$ , relacionadas entre si por meio de uma matriz  $A$  na forma estrutural:

$$AX_t = B_0 + \sum B_i X_{t-i} + B \varepsilon_t \quad (5)$$

Na equação (2),  $A$  é uma matriz  $n \times n$  que define as restrições contemporâneas entre as variáveis que constituem o vetor  $n \times 1$ ,  $X_t$ ,  $B_0$  é um vetor de constantes  $n \times 1$ ,  $B_i$  são matrizes  $n \times n$ ,  $B$  é uma matriz diagonal  $n \times n$  de desvios padrão e  $\varepsilon_t$  é um vetor  $n \times 1$  de perturbações aleatórias não correlacionadas entre si contemporânea ou temporalmente, isto é:  $\varepsilon_t \sim i.i.d.(0; In)$ .

Um problema comum que surge nos modelos VAR é a direção na qual se estima o modelo na forma reduzida, pois pode causar o aparecimento da possibilidade de perdas de informações contidas na forma estrutural. Os parâmetros estruturais podem ser impossíveis de serem recuperados a partir dos parâmetros do modelo na forma reduzida. Através dos modelos estruturais identificados existe a possibilidade de se indicar políticas econômicas na direção do alinhamento dos resultados com a teoria econômica. No caso da utilização dos modelos na forma reduzida, a implantação de uma política terá grandes chances de mudar a trajetória das variáveis. A modelagem VAR, conforme Enders (2010), será utilizado para avaliar as inter-

relações entre frequência de público e respectivos determinantes. Para tanto, será necessário avaliar se existe relação estável de longo prazo entre as variáveis através da técnica de cointegração.

#### 5.4 COINTEGRAÇÃO

A teoria de cointegração foi elaborada por Phillips (1986) e definida em Engle e Granger (1987). Esta teoria é uma ferramenta na análise do equilíbrio da relação entre variáveis econômicas no longo prazo. Assim, a econometria cumpre um dos seus papéis que é de testar empiricamente modelos econômicos. Portanto, a cointegração vem no auxílio de uma destacada parte da face teórica da economia, que se baseia no uso de séries temporais na verificação de relações de equilíbrio de longo prazo entre variáveis econômicas.

O estudo das relações de longo prazo entre variáveis obteve a constatação que a averiguação com base em séries temporais, em sua grande maioria, apresentava algum tipo de tendência existente. Deste modo, a tendência apresentada pela série poderia levar a regressões espúrias. Essas regressões são caracterizadas pelo erro de se levar em conta relações entre variáveis que foram geradas de modo completamente independente. Com foco nessa constatação Granger e Newbold (1974), por meio de simulação, concluíram que havia grande probabilidade de se levar em conta relações entre variáveis caracterizadas como regressões espúrias (VASCONCELLOS; ALVES, 2000).

Para que o problema da regressão espúria seja eliminada geralmente era aconselhado o uso da primeira diferença nas variáveis que constituíam a série analisada. Mas esse procedimento acarretava um problema sério, caracterizado pela eliminação da característica principal da relação entre as variáveis, que no caso, era a eliminação das características do equilíbrio de longo prazo entre variáveis econômicas estudadas. Portanto, o procedimento da primeira diferença interferia diretamente no objetivo principal do estudo, que era a determinação das características entre as relações de equilíbrio do longo prazo entre as variáveis econômicas analisadas.

Com todo esse problema gerado pelas regressões espúrias, no ano de 1986 Phillips demonstrou que havia uma situação que era possível trabalhar sem utilizar o método até então proposto. O procedimento era por meio do nível das séries e não com as primeiras diferenças. Esse método proposto por Phillips era a cointegração. Em 1987 Engle e Grange definiram a cointegração deste modo: primeiro, antes de analisar se duas ou mais séries temporais são cointegradas é

preciso verificar, se: (i) as séries estudadas são da mesma ordem, ou seja  $I(d)$ ; (ii) existe um vetor  $\alpha \neq 0$  tal que  $z_t = \alpha'x_t \sim I(d-b)$ ,  $b > 0$ . O vetor  $\alpha$  é chamado de vetor cointegração.

Portanto, a primeira condição requer que todas as variáveis do modelo sejam integradas na mesma ordem. Já a segunda condição indica que a combinação linear das variáveis do modelo resulta em uma série cuja ordem de integração é menor do que a das séries originais. Mesmo com essa definição para garantir o equilíbrio de longo prazo entre as variáveis estudadas é preciso ser garantido por meio da  $\varepsilon \sim I(0)$ . Portanto, com os princípios descritos será garantido a cointegração, além da caracterização de duas séries mantendo ao longo do tempo uma distância aproximadamente constante, ou seja, elas devem se mover de forma aproximadamente sincronizada, obtendo a característica estacionária (VASCONCELLOS; ALVES, 2000).

Finalmente, serão aplicados os testes de cointegração para se verificar as ordens das séries. Com a definição de cointegração os testes serão feitos em duas etapas. Na primeira, deve-se testar a ordem de integração de cada série e segundo será verificada se os resíduos cointegrados são  $I(0)$ . Esses procedimentos serão realizados por testes de Dickey-Fuller e a estatística de Durbin-Watson, denominados respectivamente com CRADF e CRDW. Nesse artigo será realizado o teste de Dickey-Fuller.

### 5.5 VETOR DE CORRELAÇÃO DE ERROS (VECM)

Para os casos em que é necessário aplicar um elevado número de diferenças para tornar a série estacionária, torna-se quase impraticável a extração do comportamento econômico da série. Deste modo, existem séries temporais não-estacionárias em que é verificado uma dinâmica em comum entre eles. Nesse caso, pode-se explicar os componentes dessas séries tanto pela dinâmica de longo prazo como o de curto prazo ao mesmo tempo. Assim, especifica-se um modelo Vetor Auto Regressivo (VAR) mais completo para estimar o chamado Vetor de Correlação de Erros (VECM). No VECM, os desvios de curto prazo são corrigidos para que o equilíbrio de longo prazo entre um conjunto de variáveis possa ser obtido. A grande vantagem do VECM é que este se aplica a um conjunto de séries em que estas podem ser não-estacionárias, ou seja, integradas e alguma determinada ordem. Além disso, é possível determinar o número de relações e cointegração entre as variáveis que compõe o VECM (VASCONCELLOS; ALVES, 2000).

## 5.6 BANCO DE DADOS

No presente trabalho, a volta do Esporte Clube Bahia para a série A do Campeonato Brasileiro em 2011 foi tomado como ponto de partida para a pesquisa. Todas as competições disputadas de janeiro de 2011 até outubro de 2014 foram registradas. Os borderôs de jogos do Esporte Clube Bahia, através das suas informações, permitiram a construção de um banco de dados inicial que pudesse ser acrescido de outras variáveis. Desse modo, foi possível também avaliar o desempenho do clube em todas as competições disputadas no intervalo de tempo considerado. Além disso, algumas variáveis foram utilizadas para capturar a realidade socioeconômica da RMS, a partir de informações coletadas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Portanto, as variáveis que constituem o banco de dados, além de ajudar na elucidação do problema proposto por este trabalho, servirão para um aprofundamento futuro dessa investigação e também como referencial teórico para outras pesquisas.

O Quadro 3 apresenta as variáveis que serão utilizadas do banco de dados com a respectiva fonte de informação. Algumas variáveis precisam ser mais bem detalhadas. A variável noite, representada por uma variável *dummy* tem valor igual a 1 para a realização das partidas a partir das 18:30. A variável Sol, que especifica o clima, foi obtida site do *Youtube*, onde são disponibilizados os vídeos compactos dos jogos. Desse modo, foi avaliado se no início da partida havia repórteres de campo ou torcedores com guarda-chuvas e capas contra a chuva. Em caso afirmativo a variável *dummy* assumirá valor zero, caracterizando um clima chuvoso.

A variável rivalidade (*Rivl*) representa o jogo contra clubes que o Esporte Clube Bahia possui algum tipo de incentivo adicional para vencer. Além, do tradicional rival, o Esporte Clube Vitória, caracterizada por uma rivalidade local, foram tomados como rivais os seguintes times: Sport, Santa Cruz, Náutico, Ceará, ABC, Paysandu, Corinthians, Palmeiras, São Paulo, Santos, Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo. O critério utilizado foi a rivalidade de alguns times da região Norte e Nordeste, bem como os outros times o excesso de exposição midiática que os clubes do Rio de Janeiro e São Paulo.

A variável taxa de inflação foi mensurada através do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) da RMS. Esta variável foi utilizada para que todos os preços e rendas utilizadas nesse trabalho fossem convertidos para seus valores reais. As demais variáveis estão descritas no Quadro 3. Assim, com a formalização da equação de *attendance* (em log-log), o estudo busca mensurar a influência da variável preço e renda sobre a demanda por ingressos para as partidas do Esporte Clube Bahia disputadas em Salvador.



Quadro 3- Banco de dados de jogos do Esporte Clube Bahia

Variáveis	Descrição	Fonte
<i>Ano</i>	Ano da partida	Borderô
<i>Mesp</i>	Mês da partida	Borderô
<i>Data</i>	Dia da realização da partida	Borderô
<i>Camp</i>	Campeonato em que a partida é realizada	Borderô
<i>Advr</i>	Adversário do jogo	Borderô
<i>DistC</i>	Distância (km) da cidade do adversário à Salvador	<a href="http://www.entrecidadesdistancia.com.br/">www.entrecidadesdistancia.com.br/</a>
<i>Hora</i>	Hora em que a partida foi realizada	Internet
<i>Fims</i>	Binária igual a 1 para partida no sábado ou domingo	Calendário
<i>Noit</i>	Binária igual a 1 para partida realizada a noite	Internet
<i>Sol</i>	Binária igual a 1 significa para clima chuvoso	Youtube
<i>Camp</i>	Binária igual a 1 para jogo do Campeonato Brasileiro	Boderô
<i>Rivl</i>	Binária igual a 1 para clube rival	Boderô
<i>Pitu</i>	Binária igual a 1 para partida no Estádio de Pituçu	Boderô
<i>Elim</i>	Binária igual a 1 para partida eliminatória	Internet
<i>Rest</i>	Resultado: 0 derrota; 1 empate; 3 vitória	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>Fas5</i>	Média dos pontos nas últimas 5 partidas em Salvador	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>Posç</i>	Posição do Bahia na competição	Internet
<i>Psad</i>	Posição do Adversário na competição	Internet
<i>AprB</i>	Aprov. de pontos por rodada na competição	Elaboração própria
<i>AprA</i>	Aprov. de pontos do adversário por rodada na competição	Elaboração própria
<i>GolB</i>	Gols feitos pelo Bahia na competição	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>GolA</i>	Gols feitos pelo Adversário na competição	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>GolSA</i>	Gols sofridos pelo Bahia na competição	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>GolSA</i>	Gols sofridos pelo Adversário na competição	<a href="http://www.ogol.com.br/">http://www.ogol.com.br/</a>
<i>Infl</i>	Taxa de Inflação na Região metropolitana de Salvador	IBGE
<i>Dspr</i>	Taxa de desemprego na região metropolitana em Salvador	IBGE
<i>rend</i>	Rendimento médio real na RMS	IBGE
<i>Arrec</i>	Arrecadação Real total da partida	Borderô
<i>torcb</i>	Quantidade de torcedores do Esporte Clube Bahia	Borderô
<i>torcnofb</i>	Quantidade de torcedores não oficiais do ECB	Borderô
<i>torcofb</i>	Quantidade de torcedores oficiais do Esporte Clube Bahia	Borderô
<i>Qprom</i>	Quantidade de ingressos promocionais	Borderô
<i>Qtadv</i>	Quantidade de torcedores adversários	Borderô
<i>Qarq</i>	Quantidade arquibancada	Borderô
<i>Qcad</i>	Quantidade cadeira	Borderô
<i>Precoa</i>	Preço arquibancada real	Borderô
<i>Precob</i>	Preço cadeira real	Borderô

Fonte: Elaboração própria, 2015

Cabe ressaltar ao final desta seção, que ao longo desse capítulo foi definida a metodologia de análise das séries temporais utilizadas no presente estudo. Desse modo, a partir do banco de dados apresentado no Quadro 3, diferentes análises podem ser feitas, previamente ao processo de estimação. Por outro lado, diferentes testes de deslocamento da equação de demanda por ingressos poderão ser feitos após o processo de estimação, utilizando variáveis adicionais, em relação equação básica estimada que considere apenas a demanda por ingressos, os preços dos ingressos e a renda do trabalho na RMS. Segue no próximo capítulo os resultados da pesquisa.

## 6 RESULTADOS

Este capítulo apresenta uma análise dos resultados do relacionamento entre preços de ingressos e frequência de público (quantidade de ingressos vendidos) dos jogos do Esporte Clube Bahia (ECB) na cidade de Salvador (“em casa”) no período recente de janeiro de 2011 a novembro de 2014. Além disso, também foi incorporado a análise do rendimento médio real dos trabalhadores na Região Metropolitana de Salvador. O objetivo dessa análise é obter elementos que subsidiem a verificação das relações entre preço, renda e público nos jogos do Bahia através de um modelo econométrico. Os resultados desse estudo poderão auxiliar na melhor compreensão da demanda do torcedor diante das restrições de renda e preço dos ingressos.

### 6.1 ANÁLISE DAS SÉRIES

As variáveis apresentadas nesse trabalho permitem conhecer o comportamento dos torcedores do Esporte Clube Bahia nos jogos disputados em Salvador (mando de campo). O período de análise compreende os anos de 2011, 2012, 2013 e 2014. Esse período contempla um amplo conjunto de mudanças estruturais no Esporte Clube Bahia. Em 2011, o time de futebol voltou a disputar jogos na série A do Campeonato Brasileiro, depois de sete anos competindo nas divisões de acesso. Em 2013, o clube passou a disputar suas partidas no estádio da Arena Fonte Nova (Salvador), o que definiu a possibilidade de um novo padrão de espetáculo nos jogos de futebol do clube. No mesmo ano, o clube também iniciou profundas mudanças institucionais e administrativas, após um processo de intervenção judicial. A partir dessa intervenção foram definidas novas regras para o clube, com o objetivo de eliminar vícios na sucessão do seu mandatário e ampliar o acesso dos sócios patrimoniais às tomadas de decisões. Além disso, passava ser criada uma cultura de maior transparência administrativa. O comportamento da torcida do Bahia será estudado considerando a frequência em todos os campeonatos que o time participou: Campeonato Baiano, Copa do Nordeste, Copa do Brasil, Copa Sul-americana e o Campeonato Brasileiro série A. Isso permite conhecer o comportamento do torcedor em um novo contexto do clube e em uma grande diversidade de situações.

No período analisado, foram descartados os dados de 4 jogos disputados pelo Bahia fora de Salvador. Estes foram disputados contra o Botafogo (RJ) no estádio do Batistão, na cidade de Aracajú (SE), no dia 05/06/2013, contra o Fluminense (RJ) no estádio Arena Barueri, na cidade de Barueri (SP), no dia 24/05/2014, contra o Santos (SP) no estádio Joia da Princesa, na cidade de Feira de Santana (BA), no dia 29/05/2014 e contra o Figueirense (SC) também no estádio

Joia da Princesa, no dia 14/09/2014. O Bahia e Coritiba (PR), no dia 07/09/2014, também foi descartado mesmo sendo na arena Fonte Nova, por ser ter sido realizado sem torcida por determinação do Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD). Todos esses jogos descartados aconteceram pelo Campeonato Brasileiro de Futebol. Estes poderiam levar o estudo a um erro sistemático na análise do comportamento do torcedor nos espetáculos em Salvador.

Os dados foram agregados para compor uma série temporal de jogos contemplando a frequência no estádio de Pituaçu e na Arena Fonte Nova. Logo, poderão ser analisadas também as mudanças ocorridas no comportamento econômico de torcedores do Bahia na mudança de jogos do estádio de Pituaçu para a Arena Fonte Nova. O estádio de Pituaçu é oficialmente chamado de Governador Roberto Santos, sendo um estádio de padrão tradicional e bem antigo. A Arena Fonte Nova é um dos mais modernos estádios do mundo e segue as normas recomendadas pela FIFA, pois sediou parte dos jogos da Copa do Mundo da FIFA de 2014. As variáveis utilizadas na presente análise foram extraídas de um banco de dados que está sendo desenvolvido no âmbito da diretoria de negócios do Esporte Clube Bahia. Esse banco de dados é composto por variáveis extraídas dos borderôs das partidas feitas pelo ECB, no seu mando de campo, desagregadas por faixa de preço, tipo de acomodação, ambiente do jogo (clima, rivalidade, renda e inflação da Região Metropolitana de Salvador). Contudo, ainda faz parte desse banco de dados variáveis referentes à posição no campeonato, eficiência em termos de pontos conquistados pelo time, entre outras variáveis.

### **6.1.1 Preço dos ingressos nos jogos do Esporte Clube Bahia no período recente**

A primeira variável econômica a ser analisada é o preço do bilhete (“ingresso”). A existência de dois estádios utilizados pelo Esporte Clube Bahia em Salvador, conforme a figura 3 exigiu adequação dos dados da Arena Fonte Nova para preservar comparabilidade em relação ao Estádio de Pituaçu. Em Pituaçu, existem apenas três setores: arquibancada para torcida mandante, arquibancada para torcida visitante e o setor das cadeiras. Na Fonte Nova existem pelo menos cinco setores, além de suas várias subdivisões. Isso implica em maior diferenciação de preços dos ingressos na Arena Fonte Nova. Estes setores são: setor Leste visitante, setor Leste da torcida mandante, setor Norte, setor Oeste e o *Lounge Premium*. Desse modo, a comparação entre ambos os estádios exigiu a retirada do *Lounge Premium*, uma vez que este “conceito” não existe no estádio de Pituaçu, e permite a atração de um público novo e diferenciado em relação ao estádio de Pituaçu que em muitos casos nem mesmo é formado por torcedores do clube. Além disso, o *Lounge Premium* é um espaço originário da nova concepção

das arenas multiusos para satisfazer a uma classe de torcedores de maior poder aquisitivo e em busca de conforto, pois oferece outros serviços fora do âmbito estrito de um jogo entre clubes de futebol “*in loco*”. A necessidade de integração entre as informações dos Estádios de Pituvaçu e Fonte Nova exigiu a unificação dos setores da Arena Fonte Nova, menos o *Lounge Premium*, para a criação do setor arquibancada como em Pituvaçu para a torcida mandante, ou seja, a do ECB. Quanto o setor Oeste inferior, este ganhou semelhança com o setor das cadeiras em Pituvaçu. Como o presente estudo envolve apenas a demanda da torcida do Bahia pelos jogos do Bahia, foram excluídos os setores Leste Visitante na Arena Fonte Nova e o setor Arquibancada Visitante de Pituvaçu. A nova divisão para o tratamento estatístico das variáveis expressa é apresentada na Figura 3 abaixo.

Figura 3- Divisão estatística dos espaços para torcedores do Esporte Clube Bahia nos Estádios de Pituvaçu e Arena Fonte Nova



Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

Para unificar os preços, tanto dos ingressos de entrada “inteira” como dos ingressos de “meia entrada” (com desconto) na formação de um preço médio ponderado único para dois setores criados, setor arquibancada e setor cadeira, foi seguido o critério de (WOO; LEE; MILLER, 2005) autores do artigo *Ticket Pricing per Team: The Case of Major League Baseball (MLB)*.

Esse critério baseia-se em uma média ponderada em que a quantidade de público em cada local separado do estádio é tomada como peso para ponderar os preços. Portanto, cada setor tem seu tamanho bem representado pela ponderação. Desse modo, para os vários preços de ingressos na Arena Fonte Nova, respectivos aos diferentes setores, influenciaram na constituição desse preço único, de acordo seus respectivos pesos (ponderadores). Além disso, os preços foram atualizados com o valor da inflação na Região Metropolitana de Salvador, a partir de janeiro de 2011. Isso permite que a análise de preços seja feita por meio de valores constantes a partir da inflação registrada pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Para fins de comparação e análise, também serão utilizados os preços em valores nominais.

As informações sobre preço foram geradas para o preço do ingresso arquibancada, cadeira e o preço do ingresso de entrada inteira tanto para os setores de arquibancada como cadeira. O preço do ingresso de entrada inteira serve como parâmetro para os outros dois preços. O preço do bilhete de entrada inteira é constituído também pelo valor do ingresso do Torcedor Oficial do Bahia (TOB), plano oferecido através do ECB pela compra adiantada dos ingressos para toda a temporada. A partir do final de abril de 2014, esse plano passou a ser denominado de “Arena Tricolor”, para fins de facilitação de análise, o referido plano sempre será chamado de TOB ao decorrer desse relatório. No preço do ingresso de entrada inteira também foi contabilizado a promoção conjunta entre o Bahia e a distribuidora de combustíveis Petrobras para o estádio de Pituaçu. Finalizando a composição do ingresso de entrada inteira, foram contabilizados os ingressos de entrada inteira disponibilizada em cada setor dos estádios de Pituaçu e Fonte Nova.

A Tabela 1 apresenta os preços médios (ponderados) reais em R\$ por ingresso para os jogos do Bahia, em Salvador, entre Jan/2011 e Out/2014. A Tabela 1 indica que os preços médios da arquibancada foram maiores do que os preços do ingresso de entrada inteira, ambos ponderados. Esse padrão é mais intensificado em Pituaçu, devido à política de venda de ingressos utilizada durante o período da diretoria deposta pela justiça. As leis informavam que pelo menos 40% do total dos ingressos de um evento público podiam ser disponibilizados para estudantes regularmente matriculados, deficientes físicos e jovens comprovadamente carentes entre 15 a 29 anos e idosos acima de 60 anos (BRASIL,2013). No caso do ECB, estes limites podiam não ser comprovados na época, gerando uma demanda maior de ingressos de meia entrada. Isso fazia com que a oferta fosse direcionada em sua maioria para os bilhetes de meia preterindo,

portanto, a demanda por bilhetes de entrada inteira para um mínimo e conseqüentemente criando o padrão observado nesse estudo de preços de entrada inteira muito baixo.

Tabela 1- Preços Médios Reais (em R\$) dos ingressos dos jogos do Bahia em Salvador Jan/2011- Out//2014

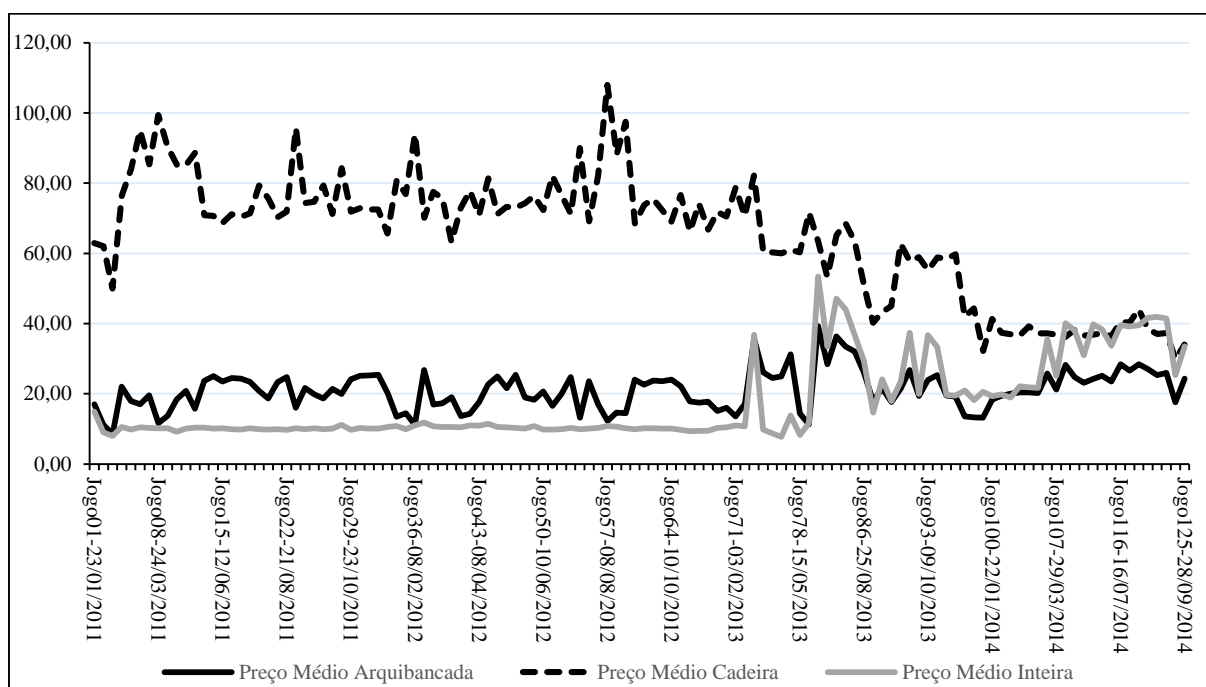
Estádio	Cadeira	Arquibancada	Inteiro	Média Cadeira/Arquibancada
Pituaçu (Jan/2011-Mai/2013)	71,45	18	9,62	19,01
Fonte Nova (Abr/2013-Set/2014)	40,15	20,12	23,95	22,58
Preço Médio Geral	59,19	18,83	15,23	20,41

Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

Verifica-se que o preço médio real considerando os espaços cadeira e arquibancada em todo período, foi de R\$ 20,41. Na Fonte Nova o valor de R\$ 22,58 foi superior à média, enquanto que Pituaçu o valor de R\$ 19,01 foi inferior à média.

O Gráfico 4 e o Gráfico 5 apresentam os preços médios (ponderados) nominal e real dos ingressos cadeira e da arquibancada, além do preço “inteiro”, também em termos nominais e reais, no período entre janeiro de 2011 a outubro de 2014.

Gráfico 4- Preço Médio Ponderado Nominal em R\$ dos ingressos dos jogos do Esporte Clube Bahia entre Jan/2011 a Out/2014

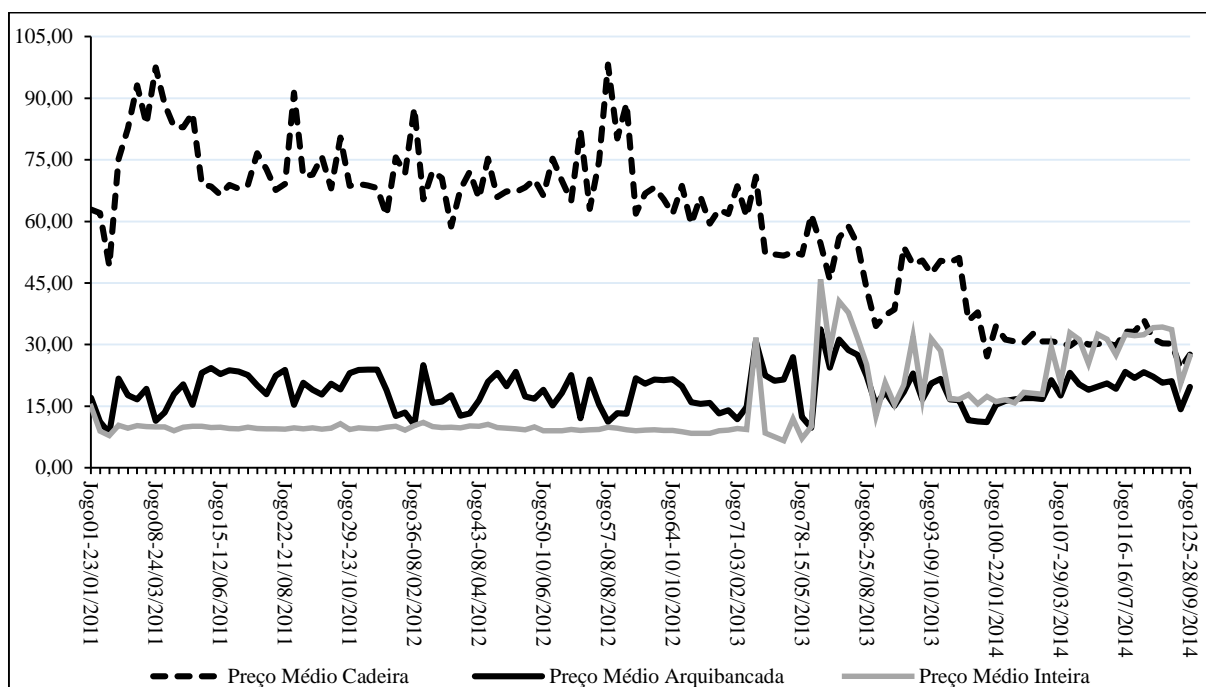


Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

É possível observar que o setor mais caro tanto em Pituaçu quanto na Arena Fonte Nova foi o espaço das cadeiras. Do jogo 01 (em 23/01/2011) ao jogo 79 (em 29/05/2013) realizados no estádio de Pituaçu, os preços foram mais elevados em comparação aos preços da Arena Fonte

Nova do jogo 79 ao jogo 125 (28/09/2014). A média geral dos preços reais do espaço cadeira em Pituauçu foi de R\$ 71,45 enquanto a nominal registrou-se em R\$ 76,33. Já na Fonte Nova a cadeira teve uma média geral no preço real de R\$ 40,15 e no valor nominal de R\$ 47,52.

Gráfico 5- Preço Médio (Ponderado) Real em R\$ dos ingressos dos jogos do Esporte Clube Bahia demandado por sua torcida entre Jan/2011 a Out/2014



Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

Desse modo, no setor cadeira observou-se um decréscimo de 43,8% da média do valor real dos Ingressos da Fonte Nova, comparadas à média dos preços praticados em Pituauçu. O setor cadeiras teve participação na arrecadação total do estádio, por parte dos torcedores do ECB, nos jogos em Pituauçu, de 6,5%, enquanto na Arena Fonte Nova foi de 17,8%. Os resultados no setor cadeira devem-se principalmente à maior proximidade do campo na Arena Fonte Nova, além da maior oferta de lugares e menores preços em relação à Pituauçu.

Nos Gráficos 4 e 5, é possível observar que os preços do ingresso arquibancada foram mais elevados na Arena Fonte Nova comparando aos preços praticados no estádio de Pituauçu, ao longo de todo período analisado. Os valores agregados são apresentados na tabela 2. No sentido de observar a importância do TOB foram excluídos os ingressos do torcedor oficial do Bahia, no peso do ingresso. Com isso, foi observada uma alternância, pois a média de preços reais de Pituauçu foi elevada para R\$ 23,06, enquanto na Arena Fonte Nova a elevação foi de R\$ 23,78. Isso indica uma interferência maior dos bilhetes do torcedor oficial em Pituauçu do que na Arena Fonte Nova. Então o aumento do preço médio do ingresso arquibancada em Pituauçu foi aproximadamente de 28,1% enquanto que na Fonte Nova, esse aumento foi de 18,2%.



No caso de Pituvaçu foi feita a exclusão dos ingressos da promoção em conjunto com a Petrobras, baseada na oferta de um ingresso para os jogos no Bahia, caso o torcedor abastecesse o carro com um combustível especial (gasolina *Premium*). Sem essa promoção o valor médio real do ingresso em Pituvaçu foi de R\$ 27,80. Portanto, os valores de Pituvaçu ficaram ainda mais caros para os torcedores do Bahia que pagavam o ingresso avulso (ingresso comprado no guichê a partir do momento que era anunciada a partida em todos os jogos). Ou seja, o torcedor que comprava o ingresso avulso em Pituvaçu pagava cerca de 14,0% mais caro, comparando do mesmo ingresso para um jogo na Arena Fonte Nova. Desse modo, o valor médio do ingresso arquibancada na Arena Fonte Nova pode ter sido mais elevado pelo fato de não ter havido aumento e adesões ao programa de torcedor oficial do ECB.

O preço do ingresso inteira também foi apresentado nos dois Gráficos 4 e 5 e Tabela 2. Este preço contempla ingressos de entrada inteira disponibilizados tanto na arquibancada como nas cadeiras. É possível observar que esse tipo de ingresso foi mais barato em Pituvaçu do que na Arena Fonte Nova. A média real do preço foi de R\$ 9,62 e a nominal de R\$ 10,29 em Pituvaçu. Na Arena Fonte Nova a média do preço real foi de R\$ 23,95 e a nominal de R\$ 28,58. Isso mostra que houve um aumento de 49,0% no preço médio real da entrada inteira na Fonte Nova em relação à Pituvaçu. Esse resultado aponta para o papel secundário que o ingresso de entrada inteira tinha em Pituvaçu e na mudança que adveio com um novo local para os jogos, seguindo padrões internacionais. O maior controle na aquisição de ingressos e o maior conforto aumentou a venda de ingresso inteira, sendo esta uma clara evidência da mudança de conceito para os espetáculos.

### **6.1.2 Frequência de torcedores nos jogos do ECB e rendimento médio do trabalhador na região metropolitana de salvador**

A frequência de torcedores nos jogos é analisada a partir da quantidade de ingressos (público) efetivamente adquiridos para as partidas do ECB realizados no Estádio de Pituvaçu e Arena Fonte Nova. Essa variável pode sofrer o efeito dos preços cobrados, da renda do torcedor, taxa de desemprego na região metropolitana de Salvador, condições do time (tipo, posição e aproveitamento na competição disputada), adversário (rivalidade) e condições ambientais como clima, horário da partida e outros. Desse modo, está será a variável dependente a ser explicado nos testes econométricos.

Tabela 2- Frequência média de torcedores nos jogos do Bahia entre Jan/2011 e Out/2014

Estádio	Cadeira	Arquibancada	Inteiro	Média Cadeira/Arquibancada
Pituaçu (Jan/2011-Mai/2013)	232	12.444	4.534	12.676
Fonte Nova (Abr/2013-Set/2014)	1.508	11.850	4.998	13.358
Média Geral	732	12.212	4.716	12.943

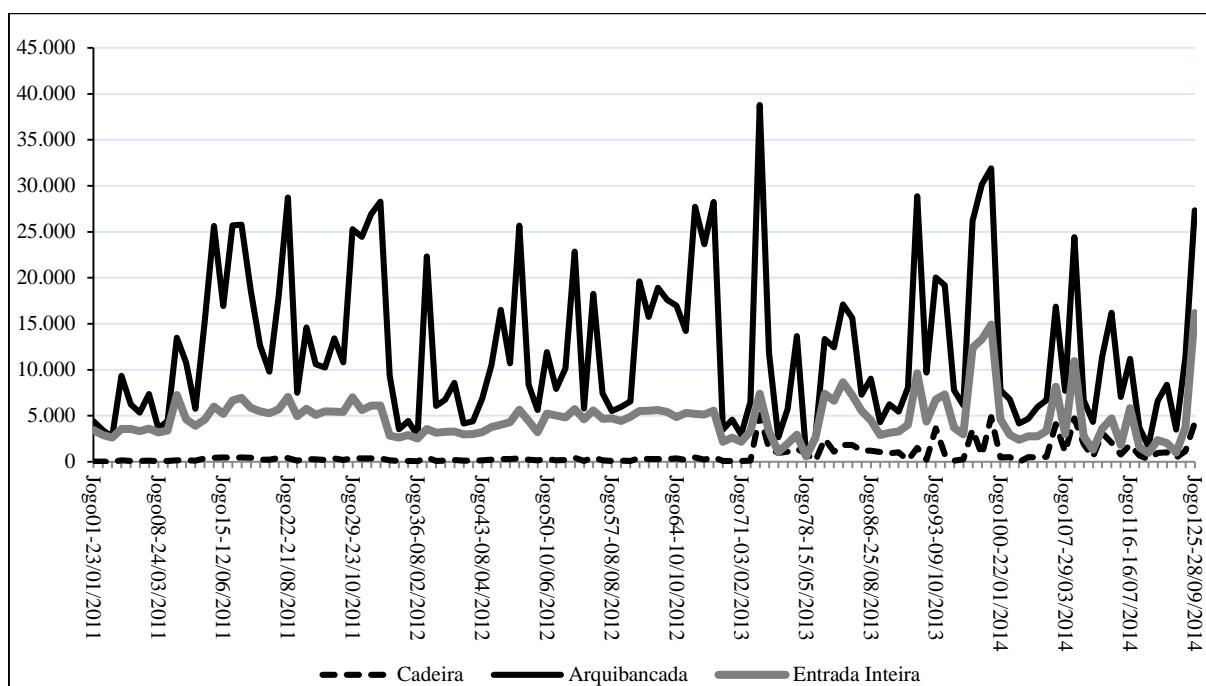
Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

A Tabela 2 apresenta a frequência média de torcedores nos jogos do ECB de Jan/2011 a Out/2014. Durante o período, foram realizados 120 jogos no mando de campo do ECB em Salvador com um total de 1.838.974 ingressos vendidos, excluindo o *Lounge premium* na Arena Fonte Nova. A média de público foi 12.943 torcedores por jogo. Desse total, média de 4.716 torcedores foi para os ingressos para entrada inteira, média de 732 torcedores para cadeira e média 12.212 torcedores para arquibancada. Cabe destacar o maior número de torcedores nas cadeiras e detentores de ingressos de entrada inteira na tabela 3 no estádio Arena Fonte Nova em relação ao estádio de Pituaçu. A mesma tabela também mostra um maior número de torcedores do setor arquibancada em Pituaçu em relação à Fonte Nova.

O Gráfico 6 mostra a evolução da quantidade de torcedores do Esporte Clube Bahia que frequentaram aos jogos em seus respectivos setores. O setor cadeira na Arena Fonte Nova obteve o maior número de comparecimento de torcedores do Bahia em comparação a Pituaçu. A média de público, no período estudado, foi de 232 pessoas por jogo, enquanto na Arena Fonte Nova foi de 1.508 torcedores. No período analisado em Pituaçu houve uma média de cerca de 4,8% da ocupação de cadeiras enquanto na Arena Fonte Nova foi de 12,2% por jogo. Isso mostra que o preço menor, a proximidade do gramado e a maior oferta de lugares aumentaram a presença do torcedor de maior poder aquisitivo na Arena Fonte Nova, mesmo sem considerar o torcedor diferenciado do setor *Lounge Premium*.

No setor arquibancada, conforme a Tabela 2 e Gráfico 6, existem semelhanças na frequência de público em ambos os estádios. A média geral de público do estádio de Pituaçu foi de 12.444 torcedores e na Arena Fonte Nova de 11.850 torcedores. Ao analisar o contingente de torcedores do Bahia que compraram ingressos avulsos para arquibancada, excluindo o torcedor oficial e da promoção da Petrobras no estádio de Pituaçu, a média em Pituaçu foi igual a 8.088 torcedores e na Arena Fonte Nova foi de 10.225 torcedores. Portanto, como ocorreu nos preços do setor arquibancada, houve uma alternância também na quantidade de torcedores.

Gráfico 6- Frequência de torcedores nos jogos do ECB entre Jan/2011 a Out//2014



Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

A Arena Fonte Nova foi o estádio em que mais torcedores pagaram seus ingressos de forma avulsa. Em Pituaçu a exclusão dos ingressos TOB e promoção Petrobras fizeram com que diminuísse o consumo em 35,0% na quantidade de ingressos arquibancadas, enquanto na Arena houve um decréscimo de 13,7% com a exclusão do TOB. O percentual do setor arquibancada na quantidade total de público foi de 98,1% em Pituaçu e 87,8% na Arena Fonte Nova. Em ambos os estádios o setor arquibancada recebeu o maior público, no entanto, em Pituaçu o número de pagantes nesse setor foi menor em relação à Fonte Nova.

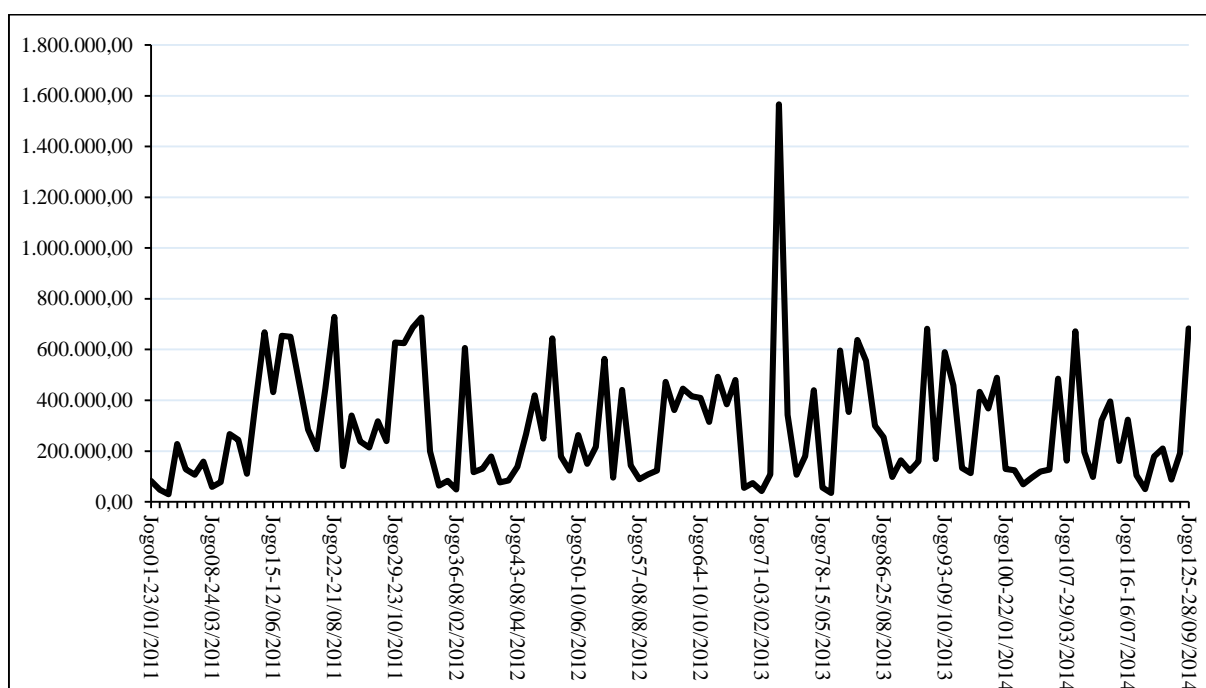
O Gráfico 6, também apresenta a quantidade de torcedores que compraram os ingressos de entrada inteira. É possível observar que houve um aumento nos números de ingressos de entrada inteira no estádio da Arena Fonte Nova, após o jogo 79 (em 29/05/2013). Na composição dessa quantidade estão os portadores das concessões de torcedor oficial, tanto para Pituaçu quanto para a Arena Fonte Nova e também para a promoção conjunta com a Petrobras. A média das entradas inteiras por jogo em Pituaçu foi de 4.534 ingressos e na Arena Fonte Nova registrou-se na média de 4.998 ingressos por jogo. Isso representou um aumento na Arena Fonte Nova, em relação à Pituaçu, de 10,2% de torcedores que pagaram o ingresso inteiro.

O número de torcedores com ingressos avulsos de entrada inteira aumentou de uma média de 177 em Pituaçu para 3.373 na Arena Fonte Nova por jogo. Esse novo padrão foi impulsionado pela implantação de uma nova filosofia de compras de ingressos na Arena Fonte Nova, baseado

na maior exigência da apresentação dos comprovantes para a compra de bilhetes por estudantes e outros benefícios, além do fracionamento de valores do ingresso em vários setores.

O Gráfico 7 apresenta a arrecadação dos torcedores do Esporte Clube Bahia nos jogos durante o período de Jan/2011 a Out/2014. Com um estádio novo, que permite a divisão da arquibancada em um maior número de setores, o aumento do rigor na fiscalização de comprovantes para a liberação de benefícios, a mudança institucional do Esporte Clube Bahia, dentre outros, promoveu o aumento na arrecadação na Fonte Nova, em comparação a Pituauçu. Esse aumento é visto no Gráfico 7, pela proximidade dos picos a partir do ano de 2013. A média de renda foi de R\$ 280.932,09 em Pituauçu e de R\$ 305.274,34 na Arena Fonte Nova em valores reais de janeiro de 2011, no período analisado pelo estudo. Desse modo, o aumento de renda no estádio da Fonte Nova foi de 8,6%.

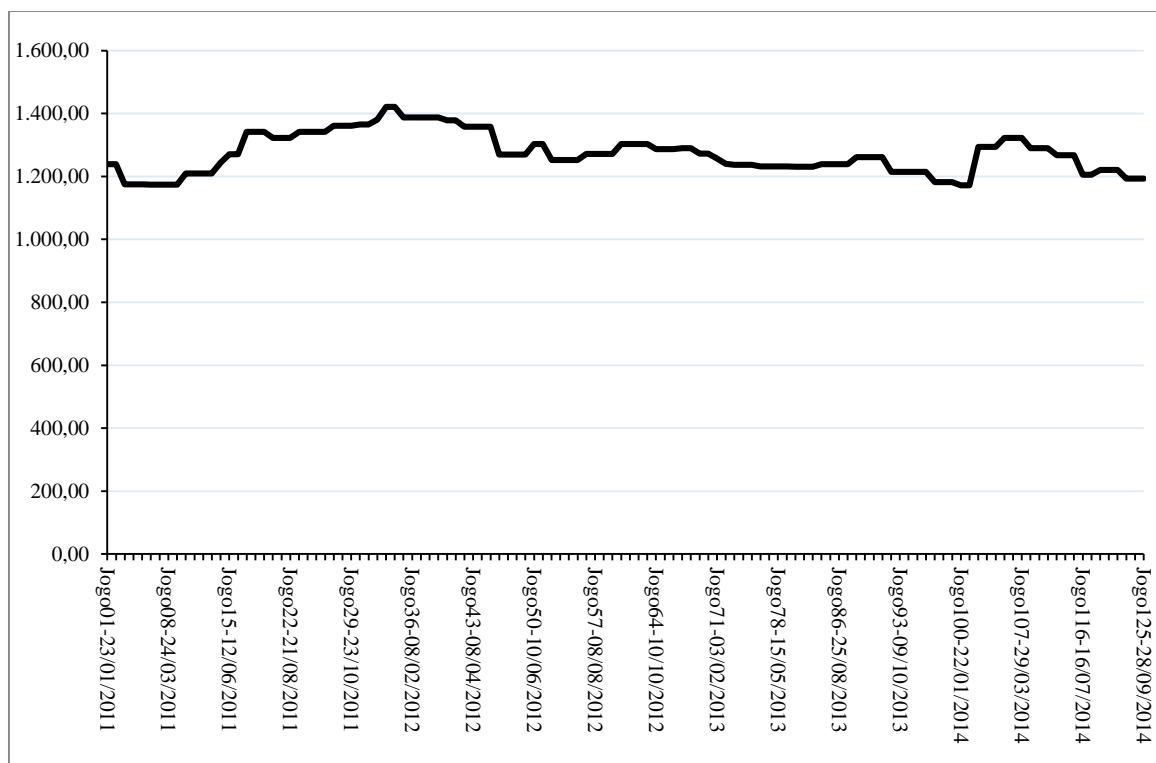
Gráfico 7- Arrecadação real (em R\$) dos torcedores do Esporte Clube Bahia por jogo entre Jan/2011 a Out/2014



Fonte: ESPORTE CLUBE BAHIA, 2015

O Gráfico 8 apresenta o Rendimento Médio Real do trabalhador na região metropolitana de Salvador no período estudado por este artigo. O rendimento médio real do trabalhador da Região Metropolitana de Salvador foi de R\$ 1.273,03 no período analisado, com um valor mínimo de R\$ 1.172,07 em dezembro de 2014 e o valor máximo de R\$ 1.420,62 em janeiro de 2012.

Gráfico 8- Rendimento Médio Real (em R\$) do trabalhador na região metropolitana de Salvador entre Jan/2011 a Out/2014



Fonte: IBGE, 2014

É possível observar que houve uma queda significativa no rendimento real do trabalhador no final de 2013 e a partir de maio até o mês de setembro de 2014. Um dos objetivos de presente trabalho é identificar como a variação no rendimento e no preço dos ingressos afetara a demanda pelo mesmo. Durante os jogos sediados no Estádio de Pituaçu, por exemplo, o rendimento médio real na Região Metropolitana de Salvador teve uma redução de 0,56%, e durante os jogos na Arena Fonte Nova a redução foi de 3,5%. Uma questão importante a analisar é se essa mudança na renda real trouxe qualquer variação na elasticidade preço da demanda de um estádio para outro.

Em resumo, a análise dos dados mostrou que, em relação ao preço do ingresso no setor cadeira, o preço foi mais caro no estádio de Pituaçu do que na Arena Fonte Nova, mesmo que a Arena tenha oferecido maior proximidade com o gramado. O setor arquibancada apresentou o preço mais baixo em Pituaçu ao se comparar com a Fonte Nova. Porém para os torcedores que compram ingressos avulsos, o estádio de Pituaçu apresentou bilhetes 14,0% mais caros em comparação com a Arena Fonte Nova. Nos ingressos de entrada inteira ficou evidenciado que a oferta dos ingressos em Pituaçu era direcionado para os ingressos de meia entrada, possibilitando assim um baixo valor médio do ingresso em comparação com a Fonte Nova. No estádio da Fonte Nova a quantidade de ingressos de entrada inteira comprados teve um aumento

de 49,0% em relação à Pituaçu. Isso fez com que, a média total dos preços tenha sido mais elevada na Fonte Nova.

Seguindo a teoria dos preços e quantidades da economia, na qual se baseia no princípio de que quanto mais elevado o preço de um bem, menor a sua demanda, a quantidade de público comparado, em cada setor equivalente de ambos os estádios analisados, foi maior onde houve menor preço. Então, no caso do estádio de Pituaçu o setor com a maior quantidade de torcedores foi à arquibancada e na Fonte Nova foi no setor cadeira. Finalmente, no estudo do rendimento médio do trabalhador da Região Metropolitana de Salvador foi verificada uma redução maior no período que o Bahia abrigava os seus jogos na Arena Fonte Nova.

## 6.2 RAÍZ UNITÁRIA

As séries temporais apresentadas nesse trabalho foram geradas a partir de médias ponderadas referentes aos espaços de cada setor dos estádios analisados. Para estas séries, cabe ressaltar que a periodicidade não contínua, uma vez que ao término de cada temporada no futebol brasileiro existe um período de interrupção de, geralmente, um mês e alguns dias para o início da temporada posterior, após um período de “férias” do futebol brasileiro. Além disso, os jogos se repetem em um espaço de tempo não necessariamente na mesma quantidade de dias. Desse modo, a unidade temporal é o jogo, ao longo de um longo período de jogos realizados.

Os testes de raiz unitária foram conduzidos nas series referentes às variáveis da equação de demanda por ingressos nos jogos do ECB: quantidade de ingressos, preço de ingressos e renda real do trabalhador na RMS. Foram conduzidos três testes: Dickey-Fuller aumentado; Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) e o teste de Schmidt-Philips. Cabe ressaltar ainda que para a realização dos testes e das estimações a série foi ampliada para os jogos até a data 28/09/2014.

Os resultados dos testes mostraram que, considerando a especificação do modelo com constante e com tendência, apenas a variável renda não se demonstrou estacionária. No entanto está tornou-se estacionária com a aplicação de uma defasagem. Desse modo, os testes de raiz unitária já demonstram a necessidade de se estimar o modelo VECM.

## 6.3 TESTE DE EQUILÍBRIO DE LONGO PRAZO

A partir da metodologia da análise de cointegração, foram realizados testes que verificam o equilíbrio de longo prazo entre as variáveis utilizadas para analisar o comportamento

econômico dos torcedores do Esporte Clube Bahia. Os resultados encontrados são apresentados na Tabela 4.

A Tabela 4 apresenta a menor quantidade de vetores de correção de erro (VECM) da cointegração dos pares das variáveis quantidade, preço e renda, resultante das estimações apresentadas no apêndice D. Estes resultados são gerados a partir do teste conhecido como traço de Johansen. Os respectivos testes são conhecidos como testes de traços por causa da sua distribuição estatística sob a sua respectiva hipótese nula dos termos dependentes determinísticos.

Quadro 4- Valores de cointegração entre os pares de variáveis

Pares	Quantidade de Vetores de Cointegração
Quantidade de Torcedores (Inq) e Preço do ingresso (Inp)	01
Quantidade de Torcedores (Inq) e Renda da Região Metropolitana de Salvador (Inrend)	01
Preço do Ingresso (Inp) e Renda da Região Metropolitana de Salvador (Inrend)	01
Quantidade de torcedores (Inq), preço do ingresso (Inp) e Renda da região metropolitana de Salvador (Inrend)	01

Fonte: Resultado da pesquisa, 2015

Conforme a Quadro 4, A condição de cointegração é satisfeita através da apresentação das variáveis com o mesmo grau de integração e quantidade de vetores de cointegração. Isso significa que para cada par de variáveis uma nova série de tempo é originada por meio de uma combinação linear com um grau de integração menor do que a série temporal original. Além disso, esta série ter um resíduo ruído branco e é integrada de grau zero.

Com base nos resultados técnicos é possível afirmar que prevalece uma relação estável de longo prazo entre as variáveis. Ou seja, ao longo do período estudado por este trabalho, as variáveis quantidade, preço e renda devem se mover de forma aproximadamente sincronizada com uma distância entre elas aproximadamente constante. Assim, fica caracterizada entre elas o equilíbrio de longo prazo com a consequência dessas variáveis apresentar um comportamento que pode ser modelado por um modelo teórico/econômico tradicional. Esse equilíbrio de longo prazo a partir da Quadro 4, que mostra um equilíbrio entre quantidade e preço de ingressos, juntamente com renda, indicando que pode haver uma certa racionalidade no comportamento

do torcedor do Esporte Clube Bahia, caso as estimações econométricas mostrem que as elasticidades preço e renda apresentem sinais de acordo com a teoria econômica.

#### 6.4 ESTIMAÇÕES ECONOMÉTRICAS

A Tabela 3 contém as estimações econométricas referentes à equação 2, do capítulo 4. Como as estimações já foram realizadas com as variáveis transformadas em logaritmo das variáveis em nível, os resultados para os estimadores como a variável dependente sendo o logaritmo da quantidade de ingressos por jogo, já trazem inicialmente as estimativas de elasticidade preço e renda do torcedor.

Tomando inicialmente o modelo I, é possível afirmar que existe racionalidade econômica no comportamento do torcedor do Esporte Clube Bahia. Isso é verificado a partir de estimativas estatisticamente significantes e com os sinais esperados. O valor do estimador da elasticidade preço é negativo e estatisticamente significativo. Verificou-se que, em média, para cada 1% de aumento no preço dos ingressos ocorre uma diminuição de 1,42% da quantidade de público (ingressos) dos jogos do Esporte Clube Bahia na região metropolitana de Salvador. Deste modo, podemos afirmar que a torcida do ECB tem como característica uma demanda elástica pelos jogos do seu clube.

Tabela 3- Resultados das estimações econométricas

		Variável dependente: <i>log da quantidade de ingressos por jogo</i>			
		<i>Modelo I</i>	<i>Modelo II</i>	<i>Modelo III</i>	<i>Modelo IV</i>
<i>Comportamento econômico</i>	<i>Elasticidade Preço</i>	-1,4242*	-0,8900*	-0,7492	-1,0397*
		(0,50684)	(0,4022)	(0,4395)	(0,4924)
	<i>Elasticidade Renda</i>	+1,8992**	+1,5456*	+1,6601*	+1,7605**
		(0,2157)	(0,1679)	(0,2022)	(0,2090)
	<i>Rival</i>		+2,3219**		
			(0,2775)		
<i>Fidelidade</i>	<i>Tempo Ruim</i>			-0,3857	
				(0,4165)	
	<i>Posição</i>				-0,6098
					(0,4165)
<i>Observações</i>		119	117	119	119

Fonte: Resultado da pesquisa, 2015

No mesmo modelo é possível observar que, para elasticidade renda, a cada 1% de aumento na renda do torcedor ocorre um crescimento de 1,89% na presença de público nos jogos do Esporte Clube Bahia. A análise aponta ainda que a renda e a quantidade de ingressos variam na mesma



direção caracterizando assim os jogos do Esporte Clube Bahia como um bem normal, em que o torcedor aumenta a sua demanda caso sua renda também aumente. Na comparação das magnitudes das elasticidades, observa-se que a renda possui um valor mais elevado em relação ao preço. Desse modo, podemos concluir que o torcedor do Esporte Clube Bahia é mais sensível às variações em sua renda do que em relação ao preço quando sua decisão econômica é adquirir o ingresso para assistir uma partida de futebol do seu clube na região metropolitana de Salvador. Isso dá indicativos de um torcedor fiel ao clube.

O modelo II tem como diferenciador em relação ao modelo I a adição da variável *dummy* Rival na estimação para analisar a fidelidade do torcedor. O estimador para esta variável possui uma significância estatística elevada e conseqüentemente uma confiabilidade em seu resultado. Este mostra que se a partida for contra um time rival ocorre, em média (ao longo do período analisado), uma elevação de 2,32% no público do Esporte Clube Bahia em seu mando de campo em Salvador. Esse resultado indica que a “torcida tricolor”, como é chamada carinhosamente, tem uma predileção especial aos “clássicos”. Desse modo, a torcida encara um “clássico” como mais uma força positiva para o desempenho do seu clube e para a realização de um bom espetáculo, que em síntese, é um produto com maior diferenciação ao ser consumido.

O modelo II também mostra que, ao adicionar a variável Rival, ocorre um decréscimo na magnitude da elasticidade preço e renda comparado aos valores apresentados pelo modelo I. O valor da elasticidade preço cai de 1,42% para 0,89%. Ou seja, com a adição da variável Rival ocorre uma queda de 0,53% na magnitude da elasticidade-preço. Logo, em partidas classificadas como “clássico” ocorre uma diminuição da influência do preço na decisão da presença ou não do “torcedor tricolor” na partida. No caso da elasticidade-renda, também verifica-se uma queda da sua magnitude. Essa queda é de 0,35%, no caso, passando de 1,89% no modelo I para 1,54% no modelo II. Desse modo observa-se que com a adição da variável Rival na escolha do torcedor, este se torna menos sensível ao preço do ingresso ou às variações em sua renda, uma vez que possivelmente o torcedor deixa de consumir um bem substituto para ir a partida do Esporte Clube Bahia. A análise do modelo II mostra que o preço é o mais atingido pelo decréscimo da sua magnitude ao ponto da demanda por ingressos torna-se inelástica. Ou seja, diferente do modelo I, o modelo II terá um público menos resistente a aumento de preços quando o jogo for contra um forte rival. Desse modo, a direção do clube pode elevar os preços dos ingressos para aumentar o faturamento do clube. Quanto a elasticidade renda, esta continua positiva, e caracterizando as partidas do clube como um bem normal para o torcedor. Mesmo com uma magnitude menor, em relação ao modelo I, o resultado mostra que a elasticidade renda

continua sendo elevada determinando um comportamento do conjunto elástico em relação a renda ( $> 1$ ). Isso sinaliza que pode existir uma forte resistência orçamentária do consumidor em sua decisão de comprar o ingresso para uma partida de futebol com um preço mais elevado.

No modelo III é observado o comportamento do torcedor em relação a variável Tempo Ruim. Essa variável tem por princípio a introdução das condições climáticas na elucidação da preferência média do torcedor do Esporte Clube Bahia pela partida. Apesar de ter um sinal esperado, o referido estimador é estatisticamente não significativo. Desse modo, tem-se por consequência que a ocorrência de chuva não interfere na presença de público no estádio. Logo diante de outros condicionantes de decisão do consumidor, este não considera “tempo ruim” para ir ao jogo. Assim, para essa torcida é mais importante ajudar o seu clube a vencer mais uma partida, mais um campeonato que as condições do tempo no momento da partida. No entanto, cabe ressaltar que, na presença da variável Tempo Ruim, a elasticidade preço perde a significância, ou seja, quando o jogo ocorre na potencial presença de chuva, a renda passa a ser um dos únicos determinantes da variação de presença de público no estádio.

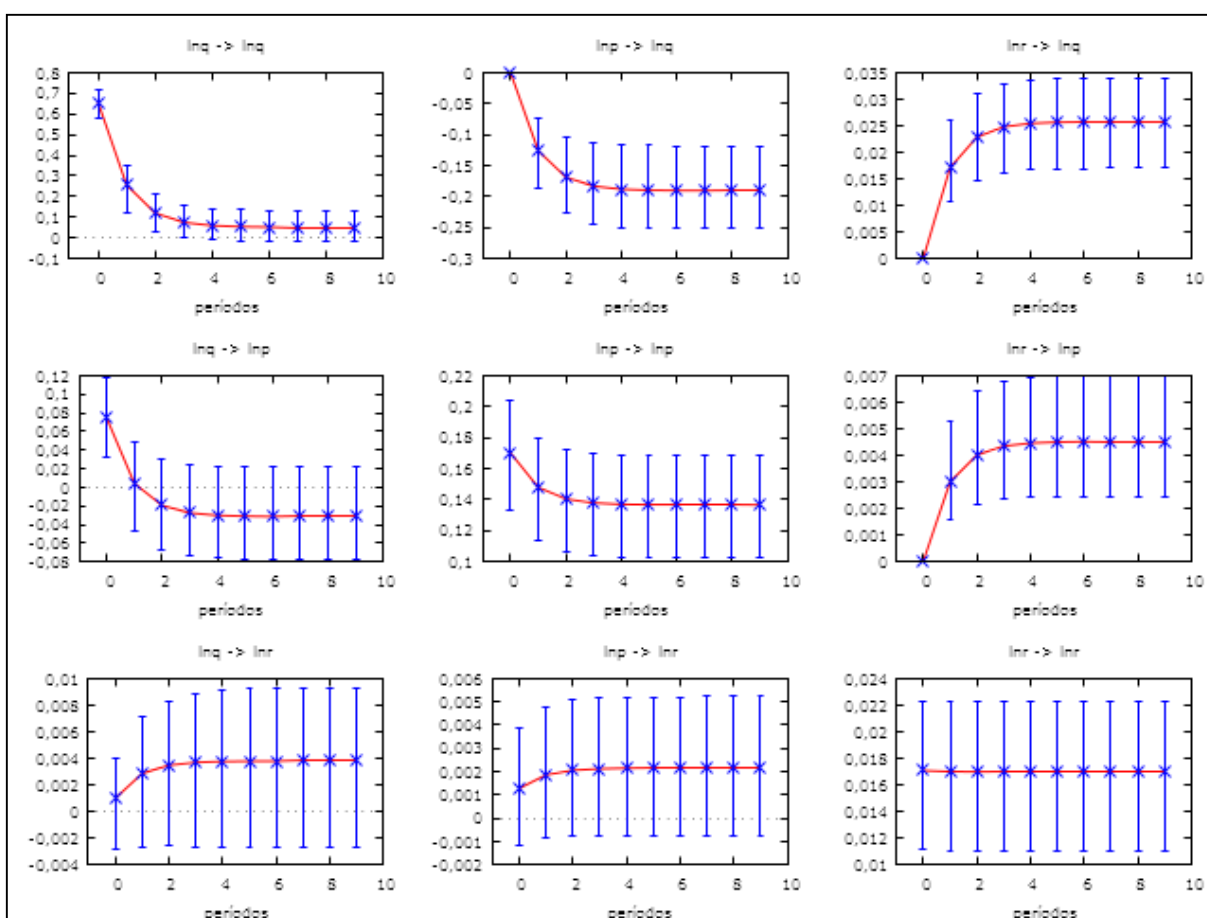
Finalmente, no modelo IV foi adicionada variável Posição. Esta variável é uma variável dummy que permite avaliar se a posição do Esporte Clube Bahia é boa ou ruim no campeonato disputado. Os resultados mostraram que o estimador da variável posição é estatisticamente não significativo e com sinal negativo. Embora não significativo, o sinal negativo, pode ser uma correlação resultante do constante aproveitamento ruim do ECB na principal competição disputada durante o período deste estudo, que foi o Campeonato Brasileiro. De mesmo modo, no Campeonato Baiano a boa posição na tabela pode ser encarada pelo “torcedor tricolor” como normal, mesmo sendo competição estadual, tendo como consequência um impacto irrelevante na presença de público. Nos outros campeonatos, de *playoffs*, o clube tem sido eliminado nas fases iniciais, quando o público ainda apresenta-se desinteressado pelo torneio. O baixo desempenho do campeonato brasileiro sempre resultou na corriqueira diminuição dos preços dos ingressos no sentido de aumentar o público no estádio na tentativa de melhorar do desempenho do time, principalmente em situações de risco de descenso do campeonato nacional.

A análise dos estimadores econométricos mostra que o comportamento do torcedor do Esporte Clube Bahia está de acordo com a teoria econômica. Desse modo essa torcida age como um cliente em busca do produto que mais lhe agrada. Este maximiza a sua utilidade através do uso da sua racionalidade através de preços mais baixos para o produto (ingresso) e maiores rendas.

O principal elemento que interfere na presença do torcedor no estádio é a sua renda. Assim, a magnitude do estimador da renda foi sempre maior ao estimador do preço. No caso da introdução da variável Rival, ficou evidente que quanto maior a renda do torcedor do ECB, esse sente menos o aumento do preço, chegando a ter uma elasticidade preço inelástica. Portanto, o comportamento econômico do torcedor do Esporte Clube Bahia está de acordo com a teoria padrão da economia, além de possuir a fidelidade como uma característica marcante, pois nem o tempo chuvoso afasta o torcedor da partida se esta estiver de acordo com sua preferência. Por fim, os resultados também mostraram que existe uma grande fidelidade da torcida do Bahia, que nos momentos ruins se aglutina “como uma família” para ajudar um ente querido em dificuldades.

Com base nas estimativas geradas e na interdependência temporal entre as variáveis foram construídas funções de resposta do impulso entre as variáveis, conforme a Figura 4.

Figura 4- Função resposta impulso



Fonte: Resultado da pesquisa, 2015

Os gráficos apresentam uma previsão do efeito de impulso (aumentos ou diminuições) iniciais nos valores da quantidade de ingressos, preço de ingresso e renda nos jogos do Bahia. Esta

figura possui três colunas que significam uma previsão do choque efetuado em uma variável (à esquerda) e seu respectivo efeito na outra variável (à direita).

Os resultados mais significantes partem da porção superior da segunda e terceira colunas. A segunda coluna aponta que quando ocorre um choque de aumento no preço, isso conduz a uma diminuição da quantidade de público. Na terceira coluna, um choque na renda resulta, com alta significância estatística, tanto em um aumento da quantidade como no aumento do preço dos ingressos das partidas disputadas pelo Bahia. Desse modo, é ratificado por meio desse método as conclusões com base nos estimadores apresentados acima. Portanto, é evidenciado a importância da renda dos torcedores para a presença de público nos jogos do Bahia, bem como a respectiva sensibilidade às variações nos preços dos ingressos.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho foi analisar o comportamento econômico do torcedor do time do Bahia, a partir da estimação de uma equação de demanda por ingressos para os jogos do time na cidade de Salvador. O trabalho explora inicialmente os principais fatos históricos e a dinâmica do setor econômico esportivo brasileiro particularizado ao nível do futebol e do Esporte Clube Bahia. Além disso, o trabalho busca suporte teórico e empírico nos principais estudos internacionais referentes à economia do esporte e economia do futebol. O problema de pesquisa investigado se constituiu em verificar se o torcedor do Bahia é economicamente racional, com base análise da sensibilidade deste torcedor/consumidor às variáveis de preço dos ingressos e renda do trabalho, e se esta sensibilidade se altera diante de diferentes condições do momento do time no torneio disputado e do ambiente de realização das partidas na cidade de Salvador. A hipótese lançada é que, mesmo considerando o fato de que a torcida do clube seja reconhecidamente “fanática”, existe racionalidade econômica no comportamento do torcedor.

O esporte é um setor econômico dinâmico, provedor da saúde e integrador de indivíduos na sociedade. Nos últimos 20 anos, houve um crescimento econômico elevado no setor esportivo mesmo com um crescimento decepcionante da economia brasileira. Nesse contexto, o Campeonato Brasileiro de futebol pode ser considerado como uma construção social em evolução ao longo do tempo, de maneira que o futebol está enraizado na cultura brasileira a ponto de enfatizar a imagem do país no exterior. Atualmente, este campeonato tem como imperativo a necessidade de se integrar à globalização dos campeonatos internacionais, por meio de um “campo esportivo” e profissionalizar os profissionais da área no Brasil. A profissionalização do futebol baiano, a exemplo da possibilidade de eleições diretas do Esporte Clube Bahia para presidente e conselho deliberativo, através dos votos dos seus sócios torcedores, é um exemplo dessa evolução. O ECB criou a possibilidade de eliminar a perpetuação de dirigentes em seus cargos diretivos, assim, melhorando o profissionalismo do clube. No entanto, o que se verifica ainda no Brasil é uma dicotomia entre romantismo *versus* profissionalismo. As novas Arenas construídas recentemente vêm possibilitando a melhoria dos espetáculos de futebol brasileiro e acelerando a transformação do torcedor em cliente/consumidor.

O setor esportivo é caracterizado por ser um setor promissor nos estudos econômicos. Este possui a particularidade da impossibilidade de ser analisado em todo o seu conjunto, uma vez que os usuários divergem em diversos interesses e usos das diferentes modalidades esportivas.

Em relação aos estudos científicos nessa área, existe uma grande escassez de pesquisas referentes ao esporte sul-americano em contraste com o esporte europeu ou norte-americano. A literatura mostra que, coexistem duas formas concorrentes de estruturação das ligas esportivas, a liga americana e a liga europeia, que não apresentaram sinais de superação de uma sobre a outra. Em ambos os casos, o comportamento ambíguo entre preço dos ingressos e renda dos torcedores é verificado em vários estudos. Desse modo, é evidenciada a importância da renda regional para a demanda por produtos e serviços relacionados ao esporte. Além disso, a qualidade e a incerteza do resultado relacionado ao evento esportivo têm um importante papel no aumento do público e telespectadores de uma dada partida de futebol, por exemplo.

A análise das séries de quantidade de ingressos e respectivos preços nos jogos do Bahia, bem como da renda do trabalho na RMS no período analisado, mostrou, de maneira óbvia, que a frequência de público comparado entre os estádios Metropolitano de Pituaçu e Arena Fonte Nova foi maior nos setores onde o preço foi menor. No entanto, o setor que apresentou a maior quantidade de torcedores no estádio de Pituaçu foi a arquibancada, enquanto que na Fonte Nova foi o setor cadeira. Além disso, um resultado importante foi a verificação do aumento da compra de ingressos “inteiros” na Arena Fonte Nova em comparação com o estádio de Pituaçu, devido ao maior controle sobre a apresentação de comprovantes para desconto, na Arena Fonte Nova. Isso mostra o início da construção de novos padrões de profissionalismo no futebol do estado da Bahia. Esse novo profissionalismo resultou na maior arrecadação, quando associado à melhores divisões do estádio em um número maior de setores, rigor na fiscalização de benefícios, instalações confortáveis e a mudança institucional e gerencial no ECB.

Os resultados econométricos mostraram inicialmente que existe um relacionamento (equilíbrio) de longo prazo entre as variáveis definidoras da demanda por ingressos para os jogos do ECB. Além disso, estes resultados também mostraram que comportamento econômico do torcedor do ECB está de acordo com a teoria econômica. A “torcida tricolor” age e exige como um cliente em busca do produto que mais lhe agrada. Este cliente busca a maximização de sua utilidade utilizando sua racionalidade econômica para assistir os jogos a preços mais baixos e aumenta a sua frequência ao estádio quando sua renda também aumenta. Isso foi verificado tanto pelos valores das elasticidades preço e renda da demanda por ingressos, quanto pelas funções de resposta impulso. No entanto, a principal variável da equação de demanda por ingressos que influencia a frequência da “torcida tricolor” ao estádio é a renda do trabalho. Isso faz do torcedor do Bahia um cliente/consumidor com características de fidelidade ao produto a ser consumido

e sensível ao aumento nos preços, porém com fortes restrições orçamentárias para ampliar a utilização dos produtos e serviços ofertados pelo clube.

A importância da renda para a presença de público nos jogos do ECB pode trazer novos elementos para a política interna do clube, uma vez que, verifica-se um senso comum de que o preço do ingresso é o grande limitador da presença de público. A magnitude da elasticidade-renda da demanda por ingressos foi sempre maior em relação à elasticidade-preço em todas as estimações. A introdução da variável Rival no modelo, por exemplo, mostrou que, quanto maior a renda do “torcedor tricolor”, maior poderia ser preço do ingresso em jogos classificados como “clássicos”, uma vez que houve queda significativa na elasticidade-preço, que se tornou inelástica possibilitando, desse modo, aumento do faturamento médio por torcedor.

Quanto à fidelidade do torcedor do Bahia, esse sentimento foi colocado “à prova” com a introdução da variável Tempo ruim e Posição do time no torneio disputado. Com isso, é possível afirmar que, controlando a demanda por ingressos por preço e renda, a “torcida tricolor” possui elevado nível de fidelidade, pois as variáveis *Tempo Ruim* e *Posição* não foram estatisticamente significante, ou seja, não influenciaram a presença de público nos jogos do ECB. Estes torcedores aumentariam a frequência em dias de chuva ou mesmo com o time numa posição incômoda no campeonato se o preço do ingresso for reduzido ou se sua renda aumentar. Enfim, os resultados econométricos mostram que a torcida do Bahia reage de acordo com a teoria econômica e a renda é preponderante para a frequência desse torcedor aos jogos do seu clube. No entanto, os resultados econométricos também permitem concluir que nos momentos ruins do time a “torcida tricolor” se aglutina como uma “família” para ajudar o “ente querido” em dificuldades, independente a posição no campeonato ou se o “tempo está ruim”.

Ao longo dessa tese monográfica foi evidenciado que as pesquisas na economia do esporte no Brasil são raras. Esse setor da economia é amplo e promissor, como foi visto no capítulo 4, envolvendo uma gama de modalidades esportivas e questões inerentes a economia. Particularmente, no futebol brasileiro com a sua gradual profissionalização é preciso estudar o padrão de consumo dos seus torcedores, além de vários aspectos ligados a gerência e ao rendimento esportivo. No caso de estudos ligados ao comportamento econômico dos torcedores de futebol são necessárias mais análises com vários clubes do futebol brasileiro, permitido a comparação e o *feedback* na construção de padrões nesse tipo de estudo e a construção de um comportamento geral do torcedor nacional. Portanto, nesse momento o futebol brasileiro ainda é gerido, em grande parte, por meio da experiência prática dos seus tomadores de decisões e

em muitos casos com base na tentativa e erro. Nesse sentido, é preciso o desenvolvimento da economia do esporte no Brasil, principalmente com a expansão da sua literatura, no intuito de auxiliar com acurácia técnica os tomadores de decisões, vindo a estimular a interação da prática destes com o rigor teórico das pesquisas no campo esportivo produzidas pelas universidades brasileiras.

No caso do presente estudo, cabe ressaltar ainda que outras variáveis do banco de dados precisam ser testadas e melhoradas. Além disso, novos procedimentos econométricos podem ser aplicados para superar limitações das series estudadas uma vez que existem problemas de periodicidade nas séries a serem analisadas. Espera-se que este estudo auxilie na compreensão do comportamento do torcedor no estado da Bahia e não se restrinja apenas a análise do Esporte Clube Bahia.

Por fim, considerando que um time de futebol é monopolista de seu mercado, é possível que este pratique discriminação de preços dos seus “produtos”. As elasticidades calculadas neste trabalho podem ajudar na definição de diferentes esquemas de discriminação de preços, a serem estudados em futuros trabalhos.



## REFERÊNCIAS

- ABRARENAS. **Guia brasileiro de Arenas multiuso**. São Paulo: Trevisan, 2010. 39p.
- ALLAN, G. ; ROY, G. Does television crowd out spectators? New evidence from the Scottish Premier League. **Journal of Sports Economics**, v. 9, n. 6, 2008, 9p.
- ALVES, Jose Antonio Barros. **Cenário de tendências econômicas dos esportes e atividades físicas no Brasil**. Disponível em: <<http://www.atlasesportebrasil.org.br/textos/167.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2014.
- ALVITO, Marcos. A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização. **Análise Social**, Lisboa, v. 41, n. 179, p. 451-474, maio 2006.
- ARAÚJO JR, Ari Francisco de; SHIKIDA, Cláudio D.; MONASTERIO, Leonardo M. Abrindo a “caixinha de surpresas”: uma análise econométrica do futebol brasileiro. **Análise Econômica**, Rio Grande do Sul, v.23, n. 44, p. 219-240, set. 2005.
- ASSIS. Ribeiro. **O processo de intervenção do esporte clube Bahia. a democratização do futebol**. Disponível em: <<http://assisprocura.blogspot.com.br/2013/08/o-processo-de-intervencao-do-esporte.html>>. Acesso em: 10 nov. 2014.
- AVGERINOU, Vassiliki; STEFANOS, GiaKoumatos. **Price, income & unemployment effects on greek professional football**. Greece: IASE/NAASE , 2009. p. 01-11. (Working paper series).
- BAIMBRIDGE, M. ; CAMERON, S. ; DAWSON, P.M. Satellite television and the demand for football: a whole new ball game?. **Scottish Journal of Political Economy**, Scotland, v. 43, n. 3, p. 317-333, aug. 1996.
- BAHIA. SEFAZ. **Projeto Arena Fonte Nova**. Disponível em: <[http://www.sefaz.ba.gov.br/administracao/ppp/projeto\\_fontenova.htm](http://www.sefaz.ba.gov.br/administracao/ppp/projeto_fontenova.htm)>. Acesso em: 10 dez. 2014.
- BECKER, Michael A. ; SULS, Jerry. Take me out to the ballgame: the effects of objective, social and temporal performance information on attendance at Major League baseball games. **Journal of Sport & Exercise Psychology**, New York, v. 5, n. 3, p. 302-313, sept. 1983.
- BDO RCS AUDITORES INDEPENDENTES. **7º Valor das marcas dos clubes brasileiros**. São Paulo, 2014. 134 p.
- BORLAND, Feff. **The demand for australian rules football**. New Haven: Yale University, 1987. p. 220-230.
- BORLAND, Jeff. The production of professional team sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 22-26.
- BOTELHO, Luiz. **História do futebol baiano**. Disponível em: <[http://www.campeoesdofutebol.com.br/bahia\\_historia.html](http://www.campeoesdofutebol.com.br/bahia_historia.html)> Acesso em: 23 out. 2014.
- BUENO, Rodrigo de Losso da Silveira. **Econometria de séries temporais**. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 203p.
- BURAIMO, Babatunde. The demand for sports broadcasting. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMASNKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 100-111.

- BURAIMO, Babatunde; SIMMONS, Rob. **Market size and attendance in english premier league football**. Great Britain: Lancaster University Management School, 2006. 5p.
- CADENA, Nelson. **Zuza Ferreira, o homem que trouxe o futebol para Bahia**. Disponível em: <<http://www.ibahia.com/a/blogs/memoriasdabahia/2013/07/22/zuzafereira-o-homem-que-inventou-o-futebol-baiano/>>. Acesso em: 24 out. 2014.
- CAFÉ, Lucas Santos. **Dos simpaticíssimo aos incivilizados: a formação do cenário futebolístico na cidade de Salvador (1895-1918)**. 2013, 170 f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de História, UFBA, Salvador, 2013.
- CAIRNS, John A. Evaluating changes in league structure: the reorganisation of the Scottish Football League. **Applied Economics**, England, v. 19, n. 2, p. 259-275, jul. 1987.
- CALMON, Newton; CASAES, Carlos. **Futebol: paixão e catimba**. Salvador: Editora Gráfica e Comunicação, 1973. 140 p.
- D.BURGER, John; J.K.WALTERS, Stephen. Market size, pay, and performance: a general model and application to major league baseball. **Journal of Sports Economics**, USA, v. 4, n. 2, p. 108-125, may 2003.
- DEMMERT, H.H. **The economics of professional team sports**. Lexington: D.C. Heath, 1973.
- DERBECOURT, Jean-Baptiste; DRUT, Bastien. **Who will go down this year? the determinants of promotion and relegation in european soccer leagues**. Bruxelles: Solvay Brussels School, 2009. p. 1-19.
- DOBSON, S.M. ; GODDARD, J.A. The demand for standing and seating viewing accommodation in the english football league. **Applied Economics**, Nottingham, v. 24, n. 10, p. 1155-1163, 1992.
- DOBSON, Stephen; GODDARD, John. Spectator demand for football. In: \_\_\_\_\_. **The economics of football**. 2.ed. New York: Cambridge, 2011. Cap.11, p. 321-351.
- FAVA, V.L. **Análise de séries de tempo**. In: VASCONCELLOS, M. A. S. ; ALVES, D. **Manual de econometria: nível intermediário**. São Paulo: Atlas, 2000.
- FORREST, D. ; SIMMONS, R; FEEHAN, P. A Spatial cross-sectional analysis of the elasticity of demand for soccer. **Scottish Journal of Political Economy**, Scotland, v. 49, n. 3, p. 336-356, aug. 2002.
- FORT, Rodney; QUIRK, James. Cross-subsidization, incentives, and outcomes in professional team sports leagues. **Journal of Economic Literature**, USA, v. 33, n.3, p. 1265-1299, sept. 1995.
- FRANCO JÚNIOR, Hilário. Futebol, micro-História do mundo contemporâneo. In:\_\_\_\_\_. **A dança dos deuses: futebol, sociedade, cultura**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. Cap.1, p.23.
- GARCIA VILLAR, Jaume; RODRÍGUEZ GUERRERO, Plácido. Sports attendance: a survey of the literature 1973-2007. **Rivista Di Diritto Ed Economia Dello Sport**, Italy, v.5, n.2, p. 112-151, jan. 2009.
- GODDARD, John. The economics of soccer. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMASNKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 451-458.

- GOUGUET, Jean-Jacques. The demand for sport. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 71-76.
- GUERRA, Márcio de Oliveira. **Campeonato baiano: história**. Disponível em: <[http://www.ufjf.br/marcio\\_guerra/memoria-do-esporte/campeonatos-estaduais/campeonato-baiano-historia/](http://www.ufjf.br/marcio_guerra/memoria-do-esporte/campeonatos-estaduais/campeonato-baiano-historia/)>. Acesso em: 22 out. 2014.
- HART, R.A. ; HUTTON, J; SHAROT,T. A statistical analysis of association football attendances. **Applied Statistics**, Utah, v. 24, n. 1, p. 17-27, jan. 1975.
- HELAL, Ronaldo; GORDON, Cesar. **A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI**. Rio de Janeiro: Eco-pós, 2002. p. 31-55.
- MUNIZ, Caio Aslan Ribeiro. **Os cambistas e os preços dos ingressos em jogos de futebol: o caso do E.C. Bahia no campeonato Brasileiro 2012**. 2014. 54f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia) – Faculdade de Ciências Econômica, UFBA, Salvador, 2014.
- OLIVEIRA JUNIOR, Franklin. **Memórias da Fonte Nova**. Disponível em: <<http://www.memoriasdafontenova.blogspot.com.br/p/historia-da-fonte-nova.html>>. Acesso em: 22 out. 2014.
- KAHANE, Leo; SHMANSKE, Stephen. **Team roster turnover and attendance in major League baseball**. Hayward: California State University, 1997. p. 425-431.
- KASZNAR, Istvan; GRAÇA FILHO, Ary S. Atual quadro do esporte brasileiro: geral e voleibol. In:\_\_\_\_. **A indústria do esporte no Brasil**. 3. ed. São Paulo: M.Books, 2012. Cap.1, p.27-118.
- KASZNAR, Istvan; GRAÇA FILHO, Ary S. Evolução dos esportes no período de 2003 a 2010. In:\_\_\_\_. **A indústria do esporte no Brasil**. 3. ed. São Paulo: M.Books, 2012. Cap.5, p.231-262.
- KASZNAR, Istvan; GRAÇA FILHO, Ary S. Uma visão atual sobre a evolução do esporte em termos de produção – renda *per capita* e impostos. In:\_\_\_\_. **A indústria do esporte no Brasil**. 3. ed. São Paulo: M.Books, 2012. Cap.4, p.213-230.
- KÉSENNE, S. League management in professional team sports with win maximising clubs. **European Journal for Sports Management**, USA, v. 2, n. 2, p. 14-22, may 1996.
- KUPER, Simon; SZYMANSKI, Stefan. Não se candidate: o futebol inglês discrimina os negros?. In:\_\_\_\_. **Soccernomics**. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2010. Cap 5, p.105-120.
- KUPER, Simon; SZYMANSKI, Stefan. O pior negócio do mundo: porque os clubes de futebol não ganham (e não deveriam ganhar) dinheiro. In:\_\_\_\_. **Soccernomics**. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2010. Cap 4, p. 87-104.
- KUYPES, Tim. **The beautiful game? An econometric study of audiences, gambling and efficiency in english football**. 1997. 143f. (Economics PHD Thesis) – Department of Economics – ECON, UCL, London, 1997.
- LAHVÍČKA, Jiri. Does match uncertainty increase attendance? A non-regression approach. **Munich Personal Repec Archive**, Munich, v. 0, n. 48571, p. 01-13, july 2013.
- MADDALA, G. S. **Introdução a econometria**. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- MARBURGER,R, Daniel. **Optimal ticket pricing for performance goods**. Arkansas: State University, 1997. p. 375-381.

MENDES JR, Nestor. **Esporte Clube Bahia da felicidade: Bahia- 70 anos de glória**. Salvador: MIR Comunicação, 2001. 183 p.

NOLL, R.G. Attendance and price setting, In: NOLL, R.G. (ed.). **Government and the sports business**. Washington, DC: Brookings Institution, 1974. p.115-158.

PAIVA, Vinícius. **Maiores médias de público da história do brasileiro**. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/platb/teoria-dos-jogos/2012/05/21/maiores-medias-de-publico-da-historia-do-brasileirao/>>. Acesso em: 09 nov. 2014.

PARK, K. ; LEE, S; MILLER, P. Ticket pricing per team: the case of major league baseball (MLB). In: ANNUAL CONFERENCE OF WESTERN ECONOMIC ASSOCIATION INTERNATIONAL, 81., 2006, California. **Anais...** San Diego: Journal of Economics & Economic Education Research, 2006. p. 01-21.

PINDYCK, Robert S. ; RUBINFELD, Daniel L. Externalidades e bens públicos. In: \_\_\_\_\_. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2010. Cap. 18, p.575-619.

\_\_\_\_\_. Mercados com informações assimétricas. In: \_\_\_\_\_. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson, 2010. Cap. 17, p.549-574.

POUPAUX, Sandrine; BREUER, Christoph. **Does higher sport supply lead to higher sport demand? a city level analysis**. Munich: NAASE, 2009. p. 01-12.

REIS, Meira Rômulo; TELLES, Silvio. **Gestão esportiva: por que a disputa por pontos corridos no campeonato brasileiro de futebol?** Rio de Janeiro: Fiep Bulletin, 2011. p.7.

RIBEIRO, Leandro P. **Determinantes da presença de público no campeonato baiano de futebol: uma abordagem econométrica**. Salvador: CoreconBa, 2011. p. 89-210. (Reflexões de economistas baianos, v.2).

SANTOS, Henrique Sena dos. **No campo da Graça: um estádio e algumas sociabilidades no futebol soteropolitano nos anos 1920**. Salvador: UFBA, 2012. 10 p.

SANTOS, Herbem Gramacho Ribeiro dos; BARROS NETO, Nelson de Carvalho Assis. **Esporte Clube Bahia: a derrocada do “Clube nascido para vencer”**. 2007. 109 f. il. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação ) – Faculdade de Comunicação, UFBA, Salvador, 2007.

SHATEK, Bradley Joseph. **Recession, unemployment, and attendance at major league baseball games**. 2010, 35f. Thesis ( Doctorete Economic) - University of Northern Iowa, Iowa, 2010.

SIMMONS, R. **The demand for english league football: a club level analysis**, USA: Taylor & Francis, 1996. 28p.

SIMMONS, Rob. The demand for spectator sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMASNKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. England: Cheltenham and Northampton: Edward Elgar, 2006. p. 77-89.

SLOANE, Peter J. The European model of sport. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan. **Handbook on the Economics of Sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 299-303.

TAKAHASHI, Jéssica Garcia; MILESI, Victor Hugo Moreira; ALMEIDA, Marco Antonio Bettine. **Um olhar weberiano sobre a unificação dos títulos brasileiros a partir de 1959**. Buenos Aires: EFDeportes.com, ago. 2011. p.10.

GOLDEN GOAL. **É disso que o povo gosta**: uma análise sobre demanda no futebol brasileiro e as razões que levam público ao estádio. Rio de Janeiro, 2007. 111 p.

VARIAN, Hal R. Bens públicos. In: \_\_\_\_\_. **Microeconomia, princípios básico**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006. cap. 36, p. 719-744.

WALKER, Bruce. **The demand for professional league football and the success of football league teams**: some city size effects. USA: Urban Studies, 1986, 23p.

ZIMBALIST, Adrew. Organisational models of professional team sports leagues. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan. **Handbook on the economics of sport**. Great Britain: Edward Elgar, 2006. p. 443-446.

ZIRPOLI, Cassio. **Mapeamento de torcidas**: Brasil. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2014/08/27/mapeamento-de-torcidas-brasil-ibope2014/>>. Acesso em: 09 nov. 2014.

**APÉNDICES**

## APÊNDICE A- Teste Dickey-Fuller Aumentado

## Teste ADF

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	Nº da defasagem	Valores críticos			Estatísticas de teste	Teste Portmanteau		Testes ARCH-LM	
				10%	5%	1%		test statistic (p-valor)	LB (p-valor)	test statistic (p-valor)	F statistic (p-valor)
lnq	c	AIC	0								
		FPE	0								
		HQ	0	-2,57	-2,86	-3,43	-7,2928	14,2788 (0,2833)	15,6134 (0,2096)	2,2060 (0,3319)	1,1242 (0,3285)
	SC	0									
	AIC	0									
	FPE	0									
lnp	c,t	HQ	0	-3,96	-3,41	-3,96	-7,2615	14,3234 (0,2805)	15,6625 (0,2072)	2,2477 (0,3250)	1,1459 (0,3216)
		SC	0								
		AIC	3								
	FPE	3	-2,57	-2,86	-3,43	-4,0208	7,2933 (0,8376)	7,9331 (0,7903)	0,1013 (0,9506)	0,0507 (0,9506)	
	HQ	1	-2,57	-2,86	-3,43	-4,1638	9,7689 (0,6362)	10,4915 (0,5729)	0,1107 (0,9461)	0,0554 (0,9461)	
	SC	1									
lnrend	c,t	AIC	3	-3,13	-3,41	-3,96	-4,0015	7,2885 (0,8380)	7,9296 (0,7906)	0,1262 (0,9389)	0,0632 (0,9388)
		FPE	3								
		HQ	1	-3,13	-3,41	-3,96	-4,1204	9,8183 (0,6319)	10,5438 (0,5684)	0,1306 (0,9368)	0,0654 (0,9367)
	SC	1									
	AIC	0									
	FPE	0									
lnrend_d1	c	HQ	0	-2,57	-2,86	-3,43	-1,7386	8,4481 (0,7492)	9,2463 (0,6818)	0,8584 (0,6510)	0,4324 (0,6500)
		SC	0								
		AIC	0								
	FPE	0									
	HQ	0	-3,13	-3,41	-3,96	-2,0396	9,3574 (0,6721)	10,2961 (0,5900)	0,711 (0,7008)	0,3577 (0,7001)	
	SC	0									

Nota: c = constante. t = tendência.

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## APÊNDICE B- Testes Schmidt Phillips

## Teste Schmidt Phillips: em nível

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	Valores Críticos			Estatísticas de teste
			10%	5%	1%	
lnq	Z(Rho) Statistic	4	-15,0	-18,1	-25,2	-44,6140
	Z(Rho) Statistic	13				-71,0996
	Z(Tau) Statistic	4	-2,75	-3,02	-3,56	-5,2454
	Z(Tau) Statistic	13				-6,6218
lnp	Z(Rho) Statistic	4	-15,0	-18,1	-25,2	-54,7056
	Z(Rho) Statistic	13				-69,8402
	Z(Tau) Statistic	4	-2,75	-3,02	-3,56	-6,0304
	Z(Tau) Statistic	13				-6,8138
lnrend	Z(Rho) Statistic	4	-15,0	-18,1	-25,2	-9,2466
	Z(Rho) Statistic	13				-9,3581
	Z(Tau) Statistic	4	-2,75	-3,02	-3,56	-2,1860
	Z(Tau) Statistic	13				-2,1991

Fonte: RESULTADOS DA PESQUISA, 2015.

## Teste Schmidt Phillips: em primeira diferença

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	Valores Críticos			Estatísticas de teste
			10%	5%	1%	
lnrend	Z(Rho) Statistic	4	-15,0	-18,1	-25,2	-116,9127
	Z(Rho) Statistic	13				-115,0496
	Z(Tau) Statistic	4	-2,75	-3,02	-3,56	-11,0914
	Z(Tau) Statistic	13				-11,0026

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015



## APÊNDICE C- Testes KPSS

## Teste KPSS: em Nível

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	Valores Críticos			Estatísticas de teste
			10%	5%	1%	
lnq	level stationarity	4	0,347	0,463	0,739	0,0555
	level stationarity	13				0,0582
	trend stationarity	4	0,119	0,146	0,216	0,0563
	trend stationarity	13				0,0589
lnp	level stationarity	4	0,347	0,463	0,739	0,0737
	level stationarity	13				0,0547
	trend stationarity	4	0,119	0,146	0,216	0,0689
	trend stationarity	13				0,0508
lnrend	level stationarity	4	0,347	0,463	0,739	0,5169
	level stationarity	13				0,2490
	trend stationarity	4	0,119	0,146	0,216	0,2394
	trend stationarity	13				0,1218

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## Teste KPSS: em primeira diferença

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	Valores Críticos			Estatísticas de teste
			10%	5%	1%	
lnrend	level stationarity	4	0,347	0,463	0,739	0,1144
	level stationarity	13				0,1234
	trend stationarity	4	0,119	0,146	0,216	0,0513
	trend stationarity	13				0,0599

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## APÊNDICE D- Testes de cointegração

## Teste de traço de Johansen

Variável	Termos determinísticos	Defasagens	$H_0: r = r_0$	Valores críticos			Estatísticas de teste	p-valor	
				10%	5%	1%			
lnq, lnp	c	4	r = 0	17,98	20,16	24,69	50,13	0,0000	
			r = 1	7,60	9,14	12,53	12,75	0,0090	
		1	r = 0	17,98	20,16	24,69	69,51	0,0000	
			r = 1	7,60	9,14	12,53	22,02	0,0001	
	c,t	4	r = 0	23,32	25,73	30,67	50,89	0,0000	
			r = 1	10,68	12,45	16,22	12,71	0,0448	
		1	r = 0	23,32	25,73	30,67	50,89	0,0000	
			r = 1	10,68	12,45	16,22	12,71	0,0448	
	c,t,orth	4	r = 0	13,42	15,41	19,62	50,03	0,0000	
			r = 1	13,42	15,41	19,62	69,45	0,0000	
	lnq, lnrend	c	1	r = 0	17,98	20,16	24,69	49,14	0,0000
				r = 1	7,60	9,14	12,53	3,25	0,5454
c,t		1	r = 0	23,32	25,73	30,67	50,98	0,0000	
			r = 1	10,68	12,45	16,22	5,07	0,5941	
c,t,orth		1	r = 0	13,42	15,41	19,62	49,06	0,0000	
			r = 1	13,42	15,41	19,62	49,06	0,0000	
		2	r = 0	17,98	20,16	24,69	19,90	0,0545	
			r = 1	7,60	9,14	12,53	3,45	0,5117	
		1	r = 0	17,98	20,16	24,69	35,53	0,0001	
			r = 1	7,60	9,14	12,53	3,31	0,5342	
lnp, lnrend		2	r = 0	23,32	25,73	30,67	22,08	0,1390	
			r = 1	10,68	12,45	16,22	5,62	0,5203	
c,t	1	r = 0	23,32	25,73	30,67	37,58	0,0008		
		r = 1	10,68	12,45	16,22	5,2	0,5759		
c,t,orth	2	r = 0	13,42	15,41	19,62	19,83	0,0092		
		r = 1	13,42	15,41	19,62	35,49	0,0000		
lnq, lnp, lnrend	c	1	r = 0	32,25	35,07	40,78	75,65	0,0000	
			r = 1	17,98	20,16	24,69	26,09	0,0058	
			r = 2	7,60	9,14	12,53	3,35	0,5280	
			r = 0	39,73	42,77	48,87	77,67	0,0000	
	c,t	1	r = 1	23,32	25,73	30,67	27,98	0,0247	
			r = 2	10,68	12,45	16,22	5,22	0,5732	
	c,t,orth	1	r = 0	27,16	29,80	35,21	75,56	0,0000	
			r = 1	13,42	15,41	19,62	26,06	0,0007	

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## Teste Saikkonen e Lütkepohl

Variável	Termos determinísticos	Defasagens		Valores críticos			Estatísticas de teste	p-valor
				10%	5%	1%		
lnq, lnp	c	4	r = 0	10,47	12,26	16,10	16,38	0,0088
			r = 1	2,98	4,13	6,93	5,12	0,0281
		1	r = 0	10,47	12,26	16,10	37,37	0,0000
			r = 1	2,98	4,13	6,93	21,94	0,0000
	c,t	4	r = 0	13,88	15,76	19,71	18,40	0,0174
			r = 1	5,47	6,79	9,73	5,92	0,0791
		1	r = 0	13,88	15,76	19,71	46,59	0,0000
			r = 1	5,47	6,79	9,73	16,50	0,0002
c,t,orth	4	r = 0	8,18	9,84	13,48	16,91	0,0020	
		r = 0	8,18	9,84	13,48	38,46	0,0000	
lnq, lnrend	c	1	r = 0	10,47	12,26	16,10	22,10	0,0007
			r = 1	2,98	4,13	6,93	2,73	0,1168
	c,t	1	r = 0	13,88	15,76	19,71	27,95	0,0002
			r = 1	5,47	6,79	9,73	2,16	0,5012
	c,t,orth	1	r = 0	8,18	9,84	13,48	23,06	0,0001
			r = 0	10,47	12,26	16,10	22,10	0,0007
	c	1	r = 1	2,98	4,13	6,93	2,73	0,1168
			r = 0	13,88	15,76	19,71	27,95	0,0002
lnp, lnrend	c,t	1	r = 1	5,47	6,79	9,73	2,16	0,5012
			r = 0	8,18	9,84	13,48	23,06	0,0001
	c,t,orth	1	r = 0	10,47	12,26	16,10	22,10	0,0007
			r = 1	2,98	4,13	6,93	2,73	0,1168
	c	1	r = 0	13,88	15,76	19,71	27,95	0,0002
			r = 1	5,47	6,79	9,73	2,16	0,5012
		1	r = 0	8,18	9,84	13,48	23,06	0,0001
			r = 0	21,76	24,16	29,11	45,38	0,0000
lnq, lnp, lnrend	c	1	r = 1	10,47	12,26	16,10	25,53	0,0001
			r = 2	2,98	4,13	6,93	2,84	0,1089
	c,t	1	r = 0	26,07	28,52	33,50	54,02	0,0000
			r = 1	13,88	15,76	19,71	20,02	0,0087
		1	r = 2	5,47	6,79	9,76	2,23	0,4876
			r = 0	18,67	20,96	25,71	0,0000	46,37
	c,t,orth	1	r = 1	8,18	9,84	13,48	0,0000	25,25

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## APÊNDICE E- Testes de Autocorrelação serial, Teste ARCH e Teste de normalidade dos modelos

### Teste de Autocorrelação serial- Modelo 1

---

Equação 1:

Ljung-Box  $Q' = 12,9039$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 12,9039) = 0,376$

Equação 2:

Ljung-Box  $Q' = 23,5315$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 23,5315) = 0,0235$

Equação 3:

Ljung-Box  $Q' = 8,63403$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 8,63403) = 0,734$

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste de Autocorrelação serial- Modelo 2

---

Equação 1:

Ljung-Box  $Q' = 17,4975$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 17,4975) = 0,132$

Equação 2:

Ljung-Box  $Q' = 12,9164$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 12,9164) = 0,375$

Equação 3:

Ljung-Box  $Q' = 12,8213$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 12,8213) = 0,382$

Equação 4:

Ljung-Box  $Q' = 16,7378$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 16,7378) = 0,16$

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste de Autocorrelação serial- Modelo 3

---

Equação 1:

Ljung-Box  $Q' = 17,4899$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 17,4899) = 0,132$

Equação 2:

Ljung-Box  $Q' = 24,9082$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 24,9082) = 0,0153$

Equação 3:

Ljung-Box  $Q' = 8,64789$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 8,64789) = 0,733$

Equação 4:

Ljung-Box  $Q' = 14,3832$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 14,3832) = 0,277$

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste de Autocorrelação serial- Modelo 4

Equação 1:

Ljung-Box  $Q' = 14,282$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 14,282) = 0,283$

Equação 2:

Ljung-Box  $Q' = 24,7939$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 24,7939) = 0,0158$

Equação 3:

Ljung-Box  $Q' = 9,04695$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 9,04695) = 0,699$

Equação 4:

Ljung-Box  $Q' = 28,772$  com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 28,772) = 0,00426$

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste ARCH- Modelo 1

Teste ARCH de ordem 12

Equação 1:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,40469	0,13833	2,92500	0,00430***
alpha(1)	-0,06983	0,10304	-0,67770	0,49960
alpha(2)	0,17808	0,10254	1,73700	0,0857*
alpha(3)	0,02920	0,10280	0,28400	0,77700
alpha(4)	0,06151	0,10230	0,60130	0,54910
alpha(5)	0,10537	0,10230	1,03000	0,30560
alpha(6)	-0,04356	0,10424	-0,41800	0,67690
alpha(7)	-0,04394	0,10418	-0,42180	0,67410
alpha(8)	-0,05324	0,10380	-0,51300	0,60920
alpha(9)	0,15670	0,10348	1,51400	0,13330
alpha(10)	-0,15672	0,10454	-1,49900	0,13720
alpha(11)	-0,11330	0,10227	-1,10800	0,27080
alpha(12)	0,03260	0,10238	0,31850	0,75080

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 13,3138

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 13,3138) = 0,346651$

Equação 2:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,02014	0,00892	2,25800	0,02630**
alpha(1)	0,05920	0,10343	0,57230	0,56850
alpha(2)	0,06904	0,10896	0,63360	0,52790
alpha(3)	0,03795	0,10864	0,34930	0,72760
alpha(4)	-0,06072	0,10516	-0,5774	0,56500
alpha(5)	-0,06072	0,10477	-0,2836	0,77730

alpha(6)	-0,06072	0,10469	3,01800	0,00330***
alpha(7)	-0,0607227	0,10741	1,33800	0,18400
alpha(8)	-0,0607228	0,10858	-0,9331	0,35310
alpha(9)	-0,0607229	0,10910	0,06220	0,95050
alpha(10)	-0,0607230	0,08098	-0,4152	0,67890
alpha(11)	-0,0607231	0,07915	-0,1543	0,87770
alpha(12)	-0,0607232	0,07628	-0,7646	0,44640

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 14,0569

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 14,0569) = 0,297092$

Equação 3:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,00031	0,00016	1,90000	0,06050*
alpha(1)	-0,06137	0,10229	-0,60000	0,54990
alpha(2)	-0,04908	0,10250	-0,47890	0,63310
alpha(3)	0,0005702	0,10233	0,00557	0,99560
alpha(4)	-0,02428	0,10209	-0,23780	0,81250
alpha(5)	0,00114	0,10197	0,01118	0,99110
alpha(6)	0,03154	0,10188	0,30960	0,75750
alpha(7)	-0,04614	0,10186	-0,45310	0,65150
alpha(8)	-0,04774	0,10362	-0,46070	0,64600
alpha(9)	-0,03738	0,10370	-0,36050	0,71930
alpha(10)	0,08212	0,10377	0,79140	0,43070
alpha(11)	-0,02272	0,10227	-0,22220	0,82470
alpha(12)	0,12201	0,10213	1,19500	0,23520
alpha(12)	0,12201	0,10213	1,19500	0,23520

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 3,85051

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 3,85051) = 0,985985$

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

## Teste ARCH- Modelo 2

---

Teste ARCH de ordem 12

Equação 1:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,53124	0,18778	2,82900	0,0057***
alpha(1)	-0,04507	0,10408	-0,43300	0,66600
alpha(2)	0,00638	0,10437	0,06118	0,95140
alpha(3)	0,06043	0,10350	0,58390	0,56070
alpha(4)	0,13643	0,10196	1,33800	0,18420
alpha(5)	-0,10260	0,10286	-0,99750	0,32110
alpha(6)	-0,06461	0,10287	-0,62810	0,53150

alpha(7)	-0,11485	0,10379	-1,10700	0,27140
alpha(8)	0,01797	0,10390	0,17290	0,86310
alpha(9)	0,18251	0,10268	1,77700	0,07880*
alpha(10)	-0,12995	0,10401	-1,249	0,21470
alpha(11)	0,03610	0,10486	0,34430	0,73140
alpha(12)	-0,049163	0,10471	-0,46950	0,63980

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 10,0182

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 10,0182) = 0,614368$

Equação 2:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,02620	0,01061	2,46900	0,01540**
alpha(1)	-0,09704	0,10406	-0,93260	0,35350
alpha(2)	-0,05738	0,10769	-0,53290	0,59540
alpha(3)	-0,04924	0,10763	-0,45750	0,64840
alpha(4)	-0,04852	0,10739	-0,45190	0,65240
alpha(5)	0,01864	0,10663	0,17480	0,86160
alpha(6)	0,19140	0,10399	1,84100	0,06890*
alpha(7)	0,19643	0,10508	1,86900	0,06470*
alpha(8)	0,05889	0,10734	0,54860	0,58460
alpha(9)	-0,05625	0,10767	-0,52250	0,60260
alpha(10)	-0,04633	0,10786	-0,42960	0,66850
alpha(11)	-0,02427	0,10745	-0,22590	0,82180
alpha(12)	-0,05122	0,08828	-0,58030	0,56310

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 10,1573

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 10,1573) = 0,602161$

Equação 3:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,00033	0,00015	2,13400	0,03550**
alpha(1)	-0,08016	0,10367	-0,77320	0,44140
alpha(2)	-0,06125	0,10402	-0,58890	0,55740
alpha(3)	-0,00626	0,10400	-0,06021	0,95210
alpha(4)	-0,03113	0,10394	-0,29950	0,76520
alpha(5)	-0,00704	0,10380	-0,06787	0,94600
alpha(6)	0,01449	0,10360	0,13980	0,88910
alpha(7)	-0,06016	0,10354	-0,58100	0,56260
alpha(8)	-0,06562	0,10563	-0,62120	0,53600
alpha(9)	-0,03045	0,10579	-0,28780	0,77410
alpha(10)	0,06169	0,10581	0,58310	0,56130
alpha(11)	-0,02741	0,10579	-0,25910	0,79620
alpha(12)	0,10931	0,10553	1,03600	0,30300
alpha(12)	0,10931	0,10553	1,03600	0,30300

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 3,70693

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 3,70693) = 0,988163$

Equação 4:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,62033	0,15521	3,99700	0,00010***
alpha(1)	-0,28196	0,10405	-2,71000	0,00800***
alpha(2)	-0,21166	0,10805	-1,95900	0,05310*
alpha(3)	-0,16938	0,11104	-1,52500	0,13060
alpha(4)	-0,01671	0,11204	-0,149100	0,88180
alpha(5)	-0,20583	0,10989	-1,87300	0,06420*
alpha(6)	-0,14928	0,11194	-1,33400	0,18560
alpha(7)	0,04186	0,11190	0,37410	0,70920
alpha(8)	-0,16813	0,10893	-1,54300	0,12620
alpha(9)	-0,10758	0,10868	-0,98980	0,32490
alpha(10)	-0,10225	0,10652	-0,95990	0,33960
alpha(11)	-0,01025	0,10514	-0,09754	0,92250
alpha(12)	-0,05155	0,10196	-0,50560	0,61440

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 19,9868

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 19,9868) = 0,0673368$

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste ARCH- Modelo 3

Teste ARCH de ordem 12

Equação 1:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,46144	0,15362	3,00400	0,00340***
alpha(1)	-0,11697	0,10294	-1,13600	0,25890
alpha(2)	0,04744	0,10362	0,45790	0,64810
alpha(3)	0,01463	0,10400	0,14070	0,88840
alpha(4)	0,16347	0,10378	1,57500	0,11860
alpha(5)	0,05980	0,10509	0,56900	0,57070
alpha(6)	-0,10472	0,10939	-0,95730	0,34090
alpha(7)	-0,07685	0,10979	-0,70000	0,48570
alpha(8)	-0,05086	0,10955	-0,46430	0,64350
alpha(9)	0,10606	0,10803	0,98180	0,32870
alpha(10)	-0,05766	0,10862	-0,53090	0,59680
alpha(11)	-0,05925	0,10752	-0,55100	0,58290
alpha(12)	-0,04205	0,10676	-0,39400	0,69450

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 9,07654

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 9,07654) = 0,69638$



Equação 2:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,02190	0,00978	2,24000	0,02740**
alpha(1)	0,02468	0,10330	0,23890	0,81170
alpha(2)	0,05964	0,10970	0,54370	0,58790
alpha(3)	0,04014	0,10939	0,36700	0,71450
alpha(4)	-0,05727	0,10592	-0,54080	0,58990
alpha(5)	-0,02074	0,10590	-0,19590	0,84510
alpha(6)	0,30720	0,10578	2,90400	0,00460***
alpha(7)	0,12565	0,10859	1,15700	0,25020
alpha(8)	-0,06911	0,10949	-0,63120	0,52940
alpha(9)	0,00825	0,10981	0,07510	0,94030
alpha(10)	-0,03373	0,07875	-0,42840	0,66940
alpha(11)	-0,02683	0,07761	-0,34570	0,73040
alpha(12)	-0,04913	0,07604	-0,64610	0,51980
alpha(12)	-0,04913	0,07604	-0,64610	0,51980

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 12,1598

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 12,1598) = 0,432931$

Equação 3:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,00031	0,00016	1,91600	0,05840*
alpha(1)	-0,06293	0,10225	-0,61540	0,53970
alpha(2)	-0,04952	0,10247	-0,48330	0,63000
alpha(3)	-0,00305	0,10235	-0,02981	0,97630
alpha(4)	-0,02682	0,10213	-0,26260	0,79340
alpha(5)	-0,00118	0,10200	-0,01162	0,99080
alpha(6)	0,03489	0,10191	0,34240	0,73280
alpha(7)	-0,04695	0,10189	-0,46080	0,64600
alpha(8)	-0,04862	0,10376	-0,46860	0,64050
alpha(9)	-0,03743	0,10384	-0,36050	0,71930
alpha(10)	0,07767	0,10391	0,74740	0,45670
alpha(11)	-0,02151	0,10213	-0,21060	0,83370
alpha(12)	0,12494	0,10197	1,22500	0,22350

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 3,95055

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 3,95055) = 0,984312$

Equação 4:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	33,23330	8,84363	3,75800	0,00030***
alpha(1)	0,01876	0,10198	0,18390	0,85450
alpha(2)	-0,07322	0,10182	-0,71910	0,47380

alpha(3)	-0,15028	0,10167	-1,47800	0,14270
alpha(4)	-0,07236	0,10183	-0,71060	0,47910
alpha(5)	-0,12240	0,10147	-1,20600	0,23070
alpha(6)	-0,13053	0,10154	-1,28600	0,20180
alpha(7)	-0,11452	0,10166	-1,12700	0,26280
alpha(8)	-0,11067	0,10548	-1,04900	0,29680
alpha(9)	-0,13895	0,10552	-1,31700	0,19110
alpha(10)	0,06794	0,10551	0,64390	0,52120
alpha(11)	-0,04402	0,10555	-0,41710	0,67760
alpha(12)	-0,14314	0,10651	-1,34400	0,18220

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 10,1683

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 10,1683) = 0,601198$

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

#### Teste ARCH- Modelo 4

Teste ARCH de ordem 12

Equação 1:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,39246	0,14294	2,74600	0,00720***
alpha(1)	-0,04977	0,10318	-0,48240	0,63070
alpha(2)	0,09921	0,10287	0,96440	0,33730
alpha(3)	0,09350	0,10286	0,90900	0,36570
alpha(4)	0,08078	0,10227	0,78990	0,43160
alpha(5)	0,07561	0,10240	0,73840	0,46210
alpha(6)	-0,08807	0,10383	-0,84820	0,39850
alpha(7)	-0,08808	0,10413	-0,84590	0,39980
alpha(8)	-0,06317	0,10399	-0,60740	0,54500
alpha(9)	0,18036	0,10401	1,73400	0,08620*
alpha(10)	-0,08174	0,10502	-0,77830	0,43830
alpha(11)	-0,03411	0,10350	-0,32960	0,74240
alpha(12)	-0,01363	0,10313	-0,13210	0,89520

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 9,24104

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 9,24104) = 0,682217$

Equação 2:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,02190	0,00927	2,36300	0,02020**
alpha(1)	0,05722	0,10315	0,55470	0,58040
alpha(2)	0,04648	0,10865	0,42780	0,66980
alpha(3)	0,06133	0,10839	0,56580	0,57280
alpha(4)	-0,07716	0,10487	-0,73580	0,46370

alpha(5)	-0,04808	0,10460	-0,45970	0,64680
alpha(6)	0,33118	0,10458	3,16700	0,00210***
alpha(7)	0,12203	0,10755	1,13500	0,25940
alpha(8)	-0,09500	0,10831	-0,87710	0,38270
alpha(9)	0,00499	0,10868	0,04594	0,96350
alpha(10)	-0,03468	0,07827	-0,44320	0,65870
alpha(11)	-0,00921	0,07708	-0,11950	0,90520
alpha(12)	-0,07008	0,07453	-0,94040	0,34940

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 14,7742

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 14,7742) = 0,254015$

Equação 3:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,00032	0,00016	1,93600	0,05590*
alpha(1)	-0,06608	0,10223	-0,64640	0,51960
alpha(2)	-0,04983	0,10248	-0,48630	0,62790
alpha(3)	-0,002155	0,10243	-0,02104	0,98330
alpha(4)	-0,02679	0,10222	-0,26210	0,79380
alpha(5)	0,00279	0,10207	0,02735	0,97820
alpha(6)	0,03693	0,10198	0,36210	0,71810
alpha(7)	-0,04865	0,10196	-0,47720	0,63430
alpha(8)	-0,05124	0,10390	-0,49310	0,62310
alpha(9)	-0,03694	0,10400	-0,35510	0,72330
alpha(10)	0,06840	0,10407	0,65730	0,51260
alpha(11)	-0,01893	0,10186	-0,18590	0,85290
alpha(12)	0,12624	0,10167	1,24200	0,21750

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 3,94446

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 3,94446) = 0,984418$

Equação 4:

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor
alpha(0)	0,06290	0,04727	1,33100	0,18650
alpha(1)	0,16285	0,10237	1,59100	0,11500
alpha(2)	0,08798	0,09922	0,88670	0,37750
alpha(3)	0,14961	0,09979	1,49900	0,13720
alpha(4)	0,08133	0,09748	0,83440	0,40620
alpha(5)	-0,16186	0,09669	-1,67400	0,09750*
alpha(6)	-0,05598	0,09671	-0,57890	0,56410
alpha(7)	0,06205	0,09669	0,64180	0,52260
alpha(8)	0,16108	0,09697	1,66100	0,10000
alpha(9)	-0,16704	0,09469	-1,76400	0,08100*
alpha(10)	0,06301	0,09588	0,65710	0,51270

alpha(11)	0,15235	0,09609	1,58500	0,11620
alpha(12)	0,02258	0,09768	0,23120	0,81770

Hipótese nula: efeito ARCH não está presente

Estatística de teste: LM = 22,3147

com p-valor =  $P(\text{Qui-quadrado}(12) > 22,3147) = 0,0341404$

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste de normalidade dos resíduos- Modelo 1

Matriz de correlação dos resíduos, C (3 x 3)

1,00000	0,40137	0,05704
0,40137	1,00000	0,09067
0,05704	0,09067	1,00000

Autovalores de C

0,59717  
0,97586  
1,42696

Teste de Doornik-Hansen

Qui-quadrado(6) = 183,214 [0,0000]

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

### Teste de normalidade dos resíduos- Modelo 2

Matriz de correlação dos resíduos, C (4 x 4)

1,00000	0,44162	-0,02107	0,59780
0,44162	1,00000	0,02060	0,54011
-0,02107	0,02060	1,00000	0,00907
0,59780	0,54011	0,00907	1,00000

Autovalores de C

0,38025  
0,56214  
1,00199  
2,05561

Teste de Doornik-Hansen

Qui-quadrado(8) = 157,739 [0,0000]

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

Teste de normalidade dos resíduos- Modelo 3

---

Matriz de correlação dos resíduos, C (4 x 4)

1,00000	0,42252	0,04186	0,06395
0,42252	1,00000	0,07249	-0,11383
0,04186	0,07249	1,00000	-0,03604
0,06395	-0,11383	-0,03604	1,00000

Autovalores de C

0,54248  
0,96758  
1,04830  
1,44163

Teste de Doornik-Hansen

Qui-quadrado(8) = 270,908 [0,0000]

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

Teste de normalidade dos resíduos- Modelo 4

---

Matriz de correlação dos resíduos, C (4 x 4)

1,00000	0,41773	-0,00703	0,05244
0,41773	1,00000	0,04898	0,03507
-0,00703	0,04898	1,00000	0,31079
0,05244	0,03507	0,31079	1,00000

Autovalores de C

0,57039  
0,69983  
1,28093  
1,44884

Teste de Doornik-Hansen

Qui-quadrado(8) = 201,742 [0,0000]

---

Fonte: Resultados da pesquisa, 2015

