

## **PERSPECTIVAS ECONÔMICAS NO FUTEBOL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO<sup>1</sup>**

**Felipe Rodrigues da Costa**

Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

**Edson Castardeli**

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, Espírito Santo, Brasil

**Gustavo Ribeiro da Mota**

Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Uberaba, Minas Gerais, Brasil

**Amarílio Ferreira Neto**

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, Espírito Santo, Brasil

### **Resumo**

A participação do futebol do Espírito Santo (ES) na Série D do campeonato nacional destoa de seu potencial econômico. A partir dessa hipótese, o objetivo deste estudo foi analisar o potencial de desenvolvimento do futebol do Estado do ES, a partir da sua capacidade econômica. Este artigo discute economicamente o futebol brasileiro como mercado produtivo, o contexto do futebol capixaba no cenário para, posteriormente, relacionar o produto interno bruto (PIB) do ES com sua posição no ranking de federações da Confederação Brasileira de Futebol (CBF). Os achados indicam que a realidade do futebol capixaba não condiz com o potencial econômico local e que outras federações conseguem melhores resultados, apesar de apresentarem condição econômica inferior.

**Palavras-chave:** Futebol. Economia. Produto Interno Bruto.

---

### **Introdução**

No Brasil, estudos que promovem o debate social e cultural do esporte são desenvolvidos nas mais variadas temáticas. Damo (2006) aponta a sociedade, a cultura e a economia como elementos constituintes do futebol e afirma que entendê-lo a partir do contexto econômico ainda é alternativa pouco explorada. A produção de trabalhos que abarcam a economia e o futebol indica que existem lacunas: Théry (2006) tratou a classificação das equipes de futebol disponíveis no site da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e correlacionou as performances dos clubes com o grau de centralidade das cidades

---

1-Não houve conflitos de interesses na elaboração da pesquisa.

que originaram os clubes. Noutra perspectiva, Leoncini e Silva (2005) desenvolveram modelo de análise sobre o processo de profissionalização na gestão dos clubes de futebol; Fernandes (2000) estudou a transformação do clube em empresa, compreendendo a realidade e as ações dessa mudança; Spessoto (2008) analisou a influência da gestão e da estrutura nos resultados obtidos por clubes do campeonato brasileiro entre 2003 e 2007; Trein (2004) avaliou os serviços prestados em estádio de futebol em dias de jogos; e Silva (2006) comparou a competitividade do futebol brasileiro com o europeu, apenas para citar alguns exemplos em diferentes áreas e níveis de produção acadêmica.

Outros fatores, além dos econômicos, também são determinantes na questão do desenvolvimento esportivo: por exemplo, política, população e concentração urbana. Théry (2006), ao correlacionar os resultados futebolísticos com o peso econômico dos grandes centros urbanos, percebeu que o rendimento das grandes cidades, por vezes, é superior à sua relevância econômica.

Para a maioria das grandes cidades, os resultados esportivos são superiores ao peso econômico; dentre as grandes cidades industriais que têm resultados abaixo da média da correlação, São Paulo se encontra no topo, expressando resultados esportivos excelentes mais abaixo de sua superioridade econômica. O mesmo no caso de Manaus, cuja zona franca lhe dá um perfil claramente industrial, Salvador (pólo petroquímico) e Brasília, onde a diferenciação dá-se no sentido contrário: a massa salarial total (pelo menos a do setor privado) é baixa, mas os resultados no futebol são tão ruins que a correlação acaba sendo negativa (THÉRY, 2006, p. 12).

Percebe-se que a relação entre economia e resultado esportivo não é simples e direta. Nesse sentido, cabe explorar as várias possibilidades de análise, envolvendo outros índices e fatores de comparação.

Assim, a nossa proposta para este ensaio é analisar o potencial futebolístico do Estado do Espírito Santo (ES) a partir do seu Produto Interno Bruto (PIB) e a correlação com o ranking da CBF, que posiciona as federações estaduais de futebol.

Observamos que outros Estados de menor expressão econômica e de posição inferior no ranking da CBF conseguem melhores resultados que as equipes capixabas nos torneios nacionais. Nesse sentido,

pretendemos vislumbrar o potencial de desenvolvimento do futebol do Espírito Santo, análise que pode se estender aos centros esportivos periféricos.

### **O futebol e seu contexto econômico**

Entender o contexto do futebol no Brasil é importante para se perceber a relação entre futebol e economia, e como os números nacionais poderiam ser melhores a partir de gestão mais eficiente. Silva (2006), ao comparar a competitividade do futebol brasileiro com os cinco maiores centros europeus, permite perceber como o mercado do futebol, quando bem administrado, consegue atrair público consumidor (de material esportivo, entradas para os jogos) e patrocinadores, desenvolvendo ainda mais o esporte. Sabe-se que o esporte mundial movimenta perto de US\$ 1 trilhão ao ano, e o futebol é responsável por US\$ 250 bilhões. No Brasil, o esporte movimenta, aproximadamente, R\$ 31 bilhões, o que equivale a 3,3% do PIB nacional (SILVA, 2006).

Comparados com outros centros mundiais, Silva (2006) acredita que os números financeiros do futebol brasileiro poderiam ser maiores. No cenário econômico “futebolístico” mundial, o “País do futebol” representa 1% das cifras produzidas. A capacidade econômica do futebol brasileiro, a partir do relatório do Plano de Modernização do Futebol Brasileiro, aponta: geração de 300 mil empregos diretos; 30 milhões de praticantes (formais ou não formais); 580 estádios capazes de abrigar mais de cinco milhões e meio de torcedores. Em termos de material esportivo, são nove milhões de chuteiras para futebol e calçados para futsal, seis milhões de bolas e 32 milhões de camisas. Silva (2006, p. 57) acredita que,

Mesmo com todos esses números, o Brasil ainda está longe de aproveitar todo seu potencial. Além dos problemas estruturais da nossa economia e das diferenças de renda per capita entre o Brasil e os principais países europeus que investem no futebol como atividade econômica, ainda faltam instrumentos de gestão profissional e planejamento para as entidades esportivas.

Quando observada a capacidade de gerar receitas dos clubes brasileiros, percebe-se problema na gestão. O merchandising e o licencia-

mento representam 2% da receita do São Paulo FC, enquanto, para os ingleses, Liverpool Football Club e Manchester United Football Club, esse valor corresponde a 25%. Com relação a patrocínios, o Liverpool “[...] faturou cerca de £15 milhões [...] em 2003” (SILVA, 2006, p. 59).

A bilheteria, outra fonte de receita importante, chega a representar 28% de arrecadação para o Liverpool e Manchester. No Brasil, o público é duas vezes menor que a média inglesa, seja pela baixa renda do torcedor brasileiro, seja pelo produto oferecido (SILVA, 2006). Segundo Leoncini (2001), o total de receita bruta das equipes da primeira divisão do Brasil foi inferior à receita das equipes da Inglaterra no ano 2000. Enquanto os europeus arrecadavam US\$ 1.600 milhões/ano, as equipes brasileiras tiveram renda de US\$ 500 milhões/ano.

Os pontos citados até o momento (bilheteria, licenciamento e merchandising) são formas de captação de receitas que dependem da relação que o clube mantém com seus torcedores/clientes<sup>2</sup>. Ou seja, a forma como os clubes brasileiros olham seus clientes no contexto moderno de gestão do futebol deve ser repensada.

O que pode ser considerado para que exista diferença tão expressiva nesses números? O histórico do futebol europeu pode ser um indicativo de como é importante a profissionalização da gestão esportiva.

Durante o amadorismo do futebol europeu, a principal receita dos clubes era a bilheteria. Com a transformação da modalidade, nos anos de 1990, as relações passam a ser entre clube-torcedor, clube-mídia e clube-patrocinador. O esporte ganhou relevância, foi encarado cientificamente e administrado por profissionais, o que ainda não teria se massificado no Brasil (SILVA, 2006).

[...] após as conquistas de 1958 e 1962, a seleção brasileira passou a ser considerada como uma das principais forças mundiais. Porém, a organização e estrutura do futebol brasileiro mostravam-se defasadas. Comparando com o que havia em al-

---

2-Leoncini e Silva (2004, p. 12) apontam que “[...] o valor comercial de cada time é calculado multiplicando-se o número de seus torcedores por US\$ 20 [...] o Flamengo, com cerca de 25 milhões de torcedores, valeria aproximadamente US\$ 500 milhões, admitindo-se sempre uma exploração comercial do futebol nos moldes ingleses”.

guns países da Europa, o futebol brasileiro apresentava na década de sessenta, uma série de problemas de base de profissionalismo imatura. Além disso, os torneios de clubes continuavam regionalizados, em razão dos custos que representava um maior intercâmbio esportivo. E o único confronto inter-regional importante era o Torneio Rio-São Paulo (PRONI, 2000, p. 140).

O clube gerido por administração tradicional<sup>3</sup>, paternalista, não mais apresenta competência para desenvolver e promover o futebol (FERNANDES, 2000). Dentro do contexto de evolução, ou tentativas de mudanças, da legislação que rege o futebol no Brasil, observamos que as relações pessoais ainda se perpetuam no meio esportivo. Dessa forma, os responsáveis pela gestão do esporte não buscaram qualificação e, ao estagnarem suas condutas administrativas, também estagnaram o futebol brasileiro (FERNANDES, 2000).

Ainda no Brasil, as relações do clube, sobretudo com a mídia<sup>4</sup> e o torcedor, não atingiram o patamar de organização do padrão praticado no centro do futebol europeu.

### **O futebol do Espírito Santo no cenário nacional**

No período observado nesta pesquisa, as participações das equipes capixabas no Campeonato Brasileiro foram na última divisão. Determinamos, como recorte histórico deste estudo, o triênio 2007/2008/2009, por terem sido os últimos anos disponibilizados pelo sítio eletrônico da CBF, até o momento da publicação deste artigo, observando a criação da Série D e o “rebaixamento” do futebol capixaba para esse nível. Nesse contexto, em 2007 e 2008, a participação foi na Série C e, em 2009, na recém-criada Série D. Os dados analisados são da CBF e foram disponibilizados no sítio eletrônico<sup>5</sup>. É importante lembrar que o ES, quando participou da Série C<sup>6</sup>, foi

3-Sobre a utilização dos termos “moderno” e “tradicional” no meio futebolístico, ver Helal (1997).

4-O recente caso das cotas de transmissão para o Campeonato Brasileiro é um exemplo (ROSSETTI, 2011).

5-Disponível em: <www.cbf.com.br>.

6-As vagas do Espírito Santo eram do campeão e do vice-campeão do Campeonato Estadual.

representado por duas equipes e, com a criação da Série D, teve direito a uma vaga.

Das informações disponibilizadas<sup>8</sup> pela CBF, trabalhamos com os dados gerais: público e arrecadação por clubes mandantes; dez maiores e menores arrecadações; público e renda por Federação (médias anuais), considerando o fato de esse torneio ser eliminatório, fazendo com que as equipes que avançam no torneio joguem mais do que aquelas que são eliminadas precocemente.

Em 2007 (Figuras 1 e 2), dois clubes do interior representaram o ES no cenário nacional. O público total<sup>9</sup> das duas equipes tem diferença mínima, porém, a média de público entre elas é completamente diferente. Nesse ano, a equipe do Linhares Futebol Clube (campeã estadual), conseguiu passar à segunda fase, fazendo seis jogos no torneio.

Por sua vez, a Associação Jaguaré Esporte Clube classificou-se em 3º lugar no Grupo 11<sup>10</sup>, posição insuficiente para avançar para as próximas fases da competição.

**Campeonato Brasileiro - Série C de 2007**

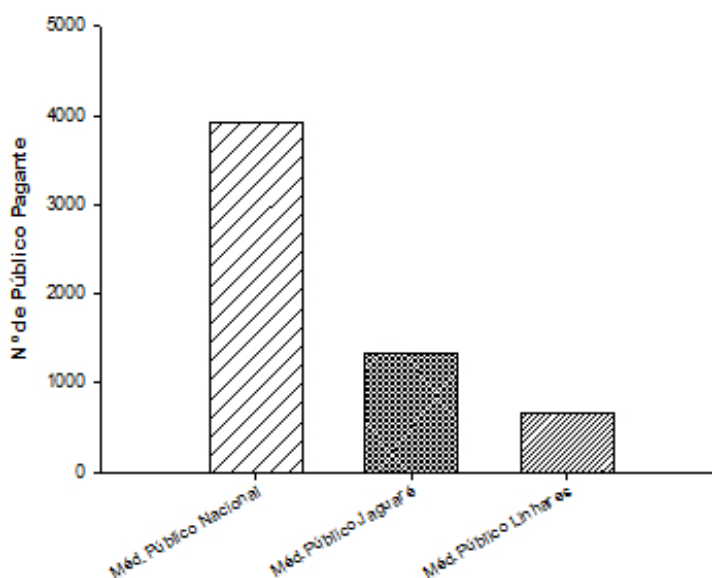


Figura 1: Apresentação do público pagante do Campeonato Brasileiro - Série C de 2007

8-Das informações disponibilizadas pelo site, alguns dados ainda não haviam sido computados, porém não influenciaram as informações referentes aos clubes capixabas. A instituição apresenta os dados na forma de blocos.

9-Enquanto o Jaguaré levou 4.032 torcedores, o Linhares atraiu 4.010 torcedores.

10-Disputado com América-RJ, Guarani-SP e Tupi-MG.

Na primeira fase, o Linhares jogou a 70 quilômetros de sua cidade e, durante a segunda fase, foi punido com a perda de seis pontos. Apesar de terem público total semelhante, acreditamos que a perda de pontos e a distância da cidade tenham desmotivado os torcedores.

#### Campeonato Brasileiro - Série C de 2007

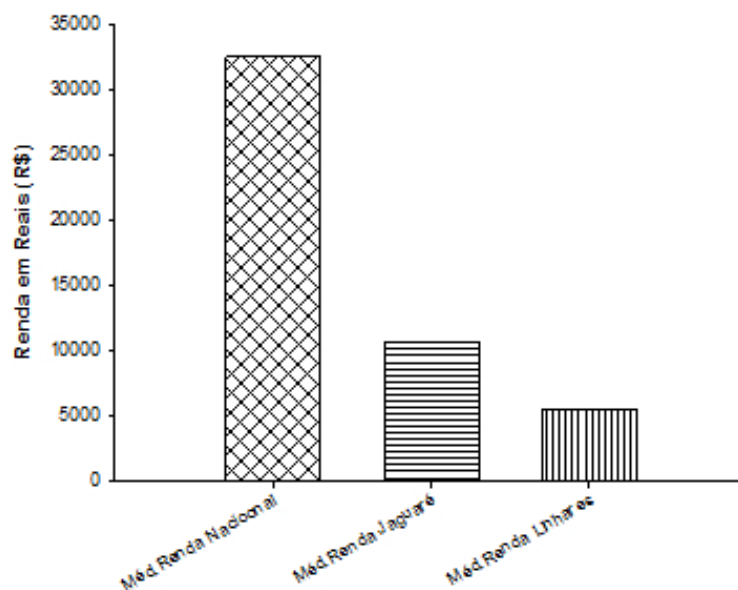


Figura 2: Apresentação da renda do Campeonato Brasileiro - Série C de 2007

A ausência de público reflete severamente na arrecadação dos clubes. Nesse sentido, visando a melhorar esses índices, os clubes deveriam: a) evitar perder pontos por quaisquer motivos; b) construir seu estádio em sua própria cidade, para fidelizar seu torcedor, atrair a mídia e os patrocinadores.

Em 2007, o ES ficou em 16º lugar na média de público e renda, melhorando três posições em relação ao ano anterior. A relação clube/torcedor é severamente prejudicada. Enquanto na Europa campanhas publicitárias são direcionadas à fidelização do cliente, no Brasil, esse tipo de iniciativa ainda é incipiente. Nos centros esportivos de menor expressão, além das dificuldades econômicas e da concorrência com os grandes centros, a falta de estrutura, que distanciou a equipe do Linhares 70km de seus torcedores é mais uma barreira no desenvolvimento do futebol local.

O ano de 2008 (Figuras 3 e 4) seria de grande decepção para os capixabas. O Serra Futebol Clube, campeão estadual, e o Linhares,



vice-campeão, classificaram-se para o Campeonato Brasileiro da Série C. Os números que seguem apresentam uma dura realidade.

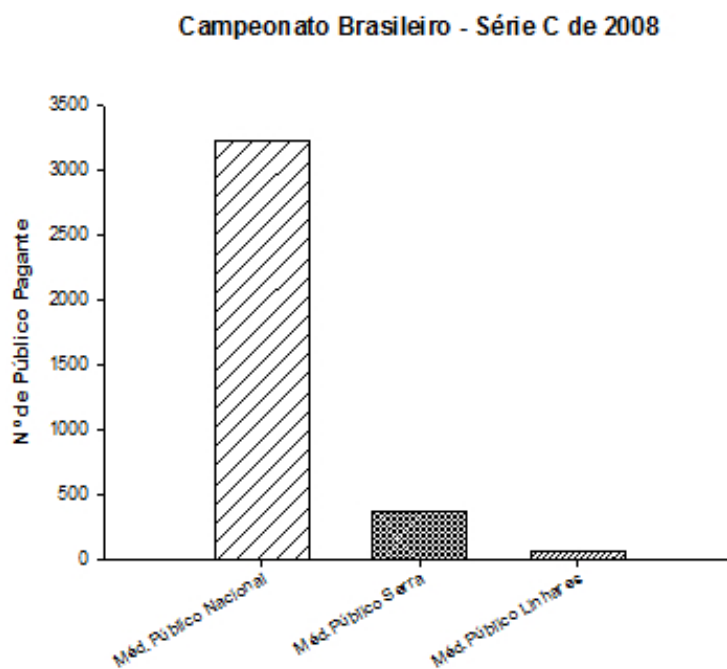


Figura 3: Apresentação do público pagante do Campeonato Brasileiro - Série C de 2008

O Linhares obteve a pior média e o pior público total da competição. Além disso, teve dois jogos na lista dos “Dez Menores Públicos” do torneio, com apenas 29 torcedores – jogos que entraram na lista das “Dez Menores Arrecadações”. A campanha da equipe com seis jogos e apenas um empate não motivou seus torcedores. Por sua vez, o Serra conseguiu apenas duas vitórias em seis jogos. As duas equipes terminaram a primeira fase na última posição de seus respectivos grupos<sup>11</sup>.

11-Grupo 11: América-MG, Duque de Caxias, Paulista-SP, Serra-ES. Grupo 12: Guaratinguetá-SP, Boa Vista-RJ, Macaé-RJ, Linhares-ES.



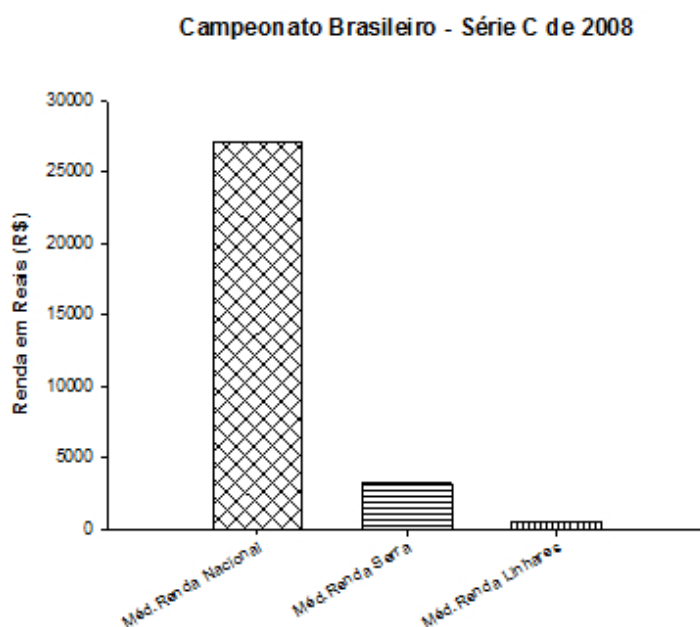


Figura 4: Apresentação da renda do Campeonato Brasileiro - Série C de 2008

Assim, o Linhares aparece com as piores médias e renda de todas as 63 equipes participantes. Mais uma vez as equipes jogaram fora de suas cidades. Na relação entre público e renda por Federação, o ES ocupou a 25ª posição, sem avançar na organização de seu futebol.

Em 2009 (Figuras 5 e 6), foi criada a Série D. O único representante desta vez foi o Rio Branco Atlético Clube. Novamente o ES encerrou sua participação no campeonato nacional ainda na primeira fase.

Exemplo a ser considerado é o da equipe do Santa Cruz Futebol Clube, de Pernambuco. Também eliminada na primeira fase da série D (2009), fez três partidas em seu estádio, que tiveram os três maiores públicos da competição, bem como as três maiores arrecadações.

Além do peso da gestão esportiva e do potencial econômico do Estado, soma-se o fator cultural esportivo. A relação do capixaba com o futebol é muito forte com os clubes de outros Estados, principalmente do Rio de Janeiro (COSTA; ALVES; RIBEIRO, 2011). No ES, as transmissões dos jogos do Campeonato Carioca são mais frequentes que os jogos locais. Os direitos de transmissão são negociados com os clubes, porém, por questões de mercado, o torcedor capixaba se vê “ligado” no futebol carioca – de certa forma imposta pela mídia detentora dos direitos que, mesmo sem transmitir os jogos, não permite que outra rede os transmita. Acreditamos também que a estrutura dos

estádios para as transmissões dos jogos deve ser lembrada, bem como as condições de segurança. Entretanto, já foi demonstrado, na literatura internacional, que um bom trabalho de marketing pode superar dificuldades históricas e, assim, criar demandas para desenvolver o futebol como fenômeno social em determinado local onde culturalmente esse esporte não tem tradição (FUNK et al., 2006).

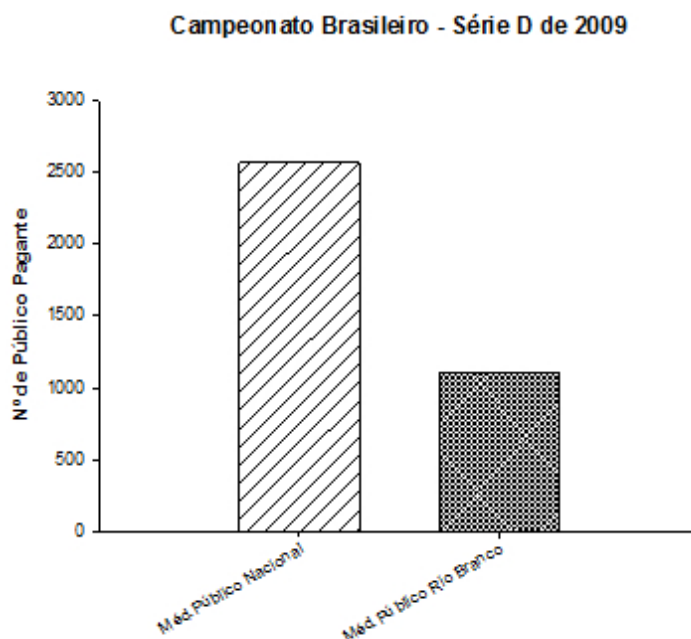


Figura 5: Apresentação do público pagante do Campeonato Brasileiro - Série D de 2009

Com esses números, sempre abaixo da média nacional, a relação entre público e renda por Federação coloca o ES no 18º posto à frente do Amapá, Piauí, Rio de Janeiro<sup>12</sup>, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal, Roraima e Tocantins.

12-A 21ª posição desse Estado, e a 11ª colocação de São Paulo, na relação entre público e renda por Federação mandante, pode ser entendida como desinteresse pela Série D, pois havia maior interesse pelas Séries A (Flamengo, Fluminense e Botafogo) e B (Vasco da Gama). Além disso, esse ranking apresenta, entre suas dez primeiras colocações, cinco Estados do Nordeste (Pernambuco, Sergipe, Alagoas, Bahia e Rio Grande do Norte); um Estado do Norte (Pará); dois Estados do Sul (Paraná e Santa Catarina); um Estado do Sudeste (Minas Gerais); e um Estado do Centro-Oeste (Goiás). Assim, o eixo Rio-São Paulo perde destaque no cenário do futebol brasileiro por não apresentar suas maiores forças, que estão, sobretudo, disputando as Séries A e B do Nacional.

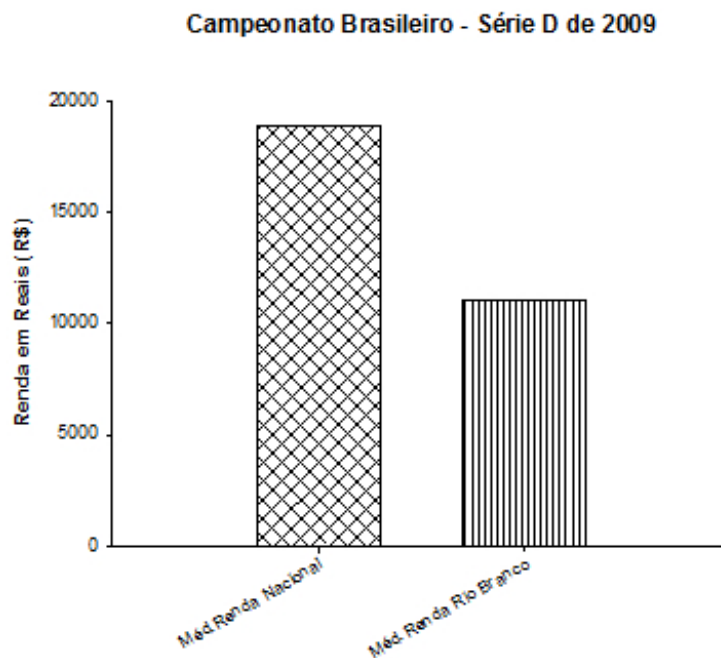


Figura 6: Apresentação da renda do Campeonato Brasileiro - Série D de 2009

Na disputa da Série D, em 2009, O Rio Branco também jogou fora de seus domínios. A falta de estádios em condições de abrigar jogos de campeonatos nacionais é notória, e estádios administrados pelos municípios às vezes é a única opção. O quadro de estádios do ES (em 2009), apresentado pela CBF<sup>13</sup>, indica que o Estado possui 16 estádios, dos quais 11 são particulares e cinco são municipais. Desses, seis não apresentam iluminação, e apenas um tem capacidade superior a 15 mil pessoas. Corroboramos o pensamento de Amaral e Bastos (2011, p. 4) ao afirmarem:

Em termos das organizações de prática, o estádio tornou-se uma unidade de negócio para o clube, com a venda de ingressos tanto para jogos como para shows, venda de camarotes e espaços de publicidade, além da preocupação com o conforto dos espectadores, que estão cada vez mais exigentes ao frequentarem os estádios de futebol.

Considerando que o Brasil sediará a copa do mundo de 2014 e que o ES se encontra na região mais rica do País, é lamentável para os brasileiros constatar que ainda precisamos resolver problemas de in-

13-Disponível em: <[www.cbf.com.br/cnef/cnef.pdf](http://www.cbf.com.br/cnef/cnef.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2009.

fraestrutura, enquanto países mais avançados no gerenciamento do futebol já pensam em estratégias para fidelizar seus clientes (torcedores) e, até mesmo, promover inclusão social (AMENTA; Di BETTA, 2010).

### **Possibilidades econômicas para o futebol do Espírito Santo**

Estudos referentes à economia e ao esporte vêm sendo desenvolvidos de forma a colaborar com o debate. Araújo Junior, Shikida e Monasterio (2003) relacionaram o desempenho das equipes de futebol com fatores econômicos<sup>14</sup> e políticos. No que diz respeito aos fatores econômicos, acreditam que

[...] um aumento no PIB real per capita geraria um aumento na probabilidade de ‘sucesso’. Além disso, níveis de PIB’s per capita muito altos deslocariam parte do interesse de determinada região para modalidades esportivas mais capital-intensivas. Portanto, a relação entre as probabilidades de sucesso e a renda média apresenta-se em formato de ‘U invertido’ (ARAÚJO JUNIOR; SHIKIDA; MONASTERIO, 2003, p. 236).

Buscamos apresentar, neste tópico, a relação entre o PIB capixaba e a posição da Federação de Futebol do ES, projetando o potencial deste Estado para se colocar de outra forma no cenário nacional<sup>15</sup>. Acreditamos que o ES apresenta potencial econômico importante e que poderia sustentar melhor organização esportiva, sobretudo em relação ao futebol.

Considerando a classificação do ranking das Federações de Futebol (2008) e o PIB dos Estados brasileiros (2006), qual seria a posição a ser alcançada pelo futebol capixaba no cenário nacional? Esperamos responder a essa pergunta relacionando a realidade vivida pelo futebol capixaba com o potencial vislumbrado.

---

14-Outro trabalho interessante sobre futebol e economia de Soares (2007), que discute a falta de ações mercadológicas, em longo prazo, por parte dos clubes brasileiros.

15-O futebol capixaba, entre os anos de 1971 e 1998, não conseguiu posicionar uma equipe entre os cinco primeiros colocados (ARAÚJO JUNIOR; SHIKIDA; MONASTERIO, 2003).

Sobre os dados a serem trabalhados, podemos dizer que o PIB está vinculado à força econômica do Estado e está para o futebol como a capacidade de gerar investimentos privados, seja pelas indústrias, seja pelo comércio, seja por ações governamentais, estimulando ou divulgando a prática esportiva. O ranking de Federações estabelecido pela CBF leva em consideração os resultados obtidos pelas equipes. A escolha por esse ranking se deu por dois motivos: o primeiro é o fato de a entidade ser a representação máxima do futebol brasileiro, e o segundo é pela consideração do ranking de competições em todos os níveis, o que consegue captar melhor o posicionamento das equipes e, logo, de suas Federações. Caso a opção fosse por conquista de títulos, existiria a dificuldade em nivelamento das competições, comprometendo a correlação dos dados. Salientamos que o coeficiente de correlação, obtido a partir do software SPSS 11.5, entre o PIB de 2006 e o ranking da CBF 2008, é de 0,95439, considerando que, quanto mais próximo do coeficiente 1,0, mais forte é a correlação entre os dados.

Na Figura 7<sup>16</sup>, percebemos relação entre o PIB estadual e a posição do ES no ranking da CBF. Os nove primeiros Estados possuem posição semelhante quanto ao PIB e o ranking da CBF porém, enquanto o ES apresentava o 11º PIB em 2006, ocupava a 15ª posição no ranking da CBF.

Essa relação é semelhante à apresentada por Théry (2006), acompanhando o sucesso esportivo a partir dos grandes e médios centros urbanos. Deixamos claro, porém, que o êxito esportivo não ocorre apenas a partir de altos investimentos. É necessário, por exemplo, o papel da mídia como veículo de retorno de mercado, a população envolvida com o clube, criando a massa de torcedores que apoiará a equipe, os jogadores que buscam a realização e ascensão social no esporte e a boa formação esportiva de base. Ademais, a mão de obra qualificada é fundamental tanto para administrar o clube quanto para formar a comissão técnica.

---

16-O último Estado em PIB, Roraima, não aparece no gráfico. O valor de seu produto interno bruto foi R\$ 3.660,611 (em R\$ mil).



Estados como Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Pernambuco apresentam diferença positiva entre a classificação e o PIB, ou seja, desenvolvem um futebol que supera a relação com o PIB. Nesses locais, podemos apontar a cultura esportiva como um dos fatores motivacionais que permitem tal resultado, sobretudo em Pernambuco. Percebe-se, também, que o Distrito Federal, assim como outros Estados está aquém nessa relação e pode pensar suas realidades a partir da questão debatida neste estudo. Com isso, deixamos claro que outros fatores influenciam o desenvolvimento esportivo municipal, regional ou estadual, quais sejam: população, índice de desenvolvimento humano, política, relevo, clima e mesmo fatores econômicos, como a presença de “mercado futebolístico” desenvolvido, inclusive a capacidade dos gestores em administrar e as participações dos setores público ou privado.

### **Considerações finais**

Imerso na região mais rica financeiramente e também com maiores potenciais relacionados com os esportes, o futebol capixaba sofre com a forte influência da mídia em relação aos clubes cariocas, como também com o reflexo de administrações amadoras, tanto da sua Federação quanto de seus clubes. Sem resultados expressivos, há mais de uma década, o futebol do ES, apesar de ter bom potencial econômico, atualmente não possui infraestrutura adequada para se inserir entre os melhores do Brasil, como são seus vizinhos da Região Sudeste. Percebemos que as condições de estádio são precárias e não atendem sequer às exigências locais para a realização dos jogos. A perda de pontos em torneios também reflete a o momento da gestão capixaba, que, junto às questões de infraestrutura, prejudica a fidelização de clientes e, conseqüentemente, a arrecadação e formação de novos torcedores. Nesse sentido, trabalhos poderiam ser desenvolvidos nas escolas, valorizando o esporte capixaba. Não se trata de convencimento ou “conversão”, mas de levar conhecimento às crianças e aos jovens sobre a cultura local.

Diferentemente dos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Minas Gerais, concluímos que a relação entre o PIB do Estado do ES e sua posição no ranking da CBF pode indicar grande potencial de desenvolvimento. A falta de parcerias com a mídia local, de estrutura e profissionalismo, bem como da valorização do torcedor



como cliente de mercado reduz as chances de evolução do futebol capixaba. Sem lastro de sucesso administrativo e de resultados, os clubes do Estado não constituem identidade necessária para formar torcedores e, automaticamente, valorizarem-se. Portanto, parece ser razoável acreditar que o ES só poderá evoluir significativamente no cenário esportivo nacional somente quando se investir corretamente em infraestrutura, em educação para valorização das equipes locais e em formação de profissionais qualificados também na área de gestão esportiva.

---

### **Economic prospects in football at the state of Espírito Santo**

#### **Abstract**

The participation of the Espírito Santo clubs in the football National Championship Series D clash with its economic potential. From this hypothesis, the objective of this study was analyze the potential development of football in the state of Espírito Santo (ES) from its economic capacity. We discuss Brazilian football as economically productive market, the context of football capixaba to later relate the gross domestic product (GDP) of ES with the ranking of associations of the Brazilian Football Confederation (CBF). Our findings indicate that the reality of football capixaba is not consistent with the local economic potential, and that other federations get better results despite having lower economic status.

**Keywords:** Football. Economy. Gross domestic product.

### **Perspectivas económicas del fútbol en el estado de Espírito Santo**

#### **Resumen**

La participación de los equipos del estado de Espírito Santo en el campeonato de fútbol (cuarta división) se choca con su potencial económico. A partir de esta hipótesis, el objetivo de este estudio fue evaluar el potencial de desarrollo del fútbol en el estado de la ES de su capacidad económica. Analizamos el fútbol de Brasil como mercado económicamente productivo, el contexto del fútbol capixaba en el escenario nacional, relacionando el producto interno bruto (PIB) del ES con la clasificación de las asociaciones de la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF). Nuestros hallazgos indican que la realidad del fútbol capixaba no es coherente con su potencial económico, y que otras federaciones alcanzan mejores resultados a pesar de tener menor estatus económico.

**Palabras clave:** Fútbol. Economía. Producto Interno Bruto.

---

### **Referências**

AMARAL, C. M. S; BASTOS, F. C. Regulamentação e gestão de estádios de futebol no Brasil. **Revista Pensar a Prática**, Goiânia, v. 14, n.3, p. 1-17, set./dez., 2011. Disponível em: <<http://www.revis->

tas.ufg.br/index.php/fef/article/view/14613/10146>. Acesso em: 10 fev. 2012.

AMENTA, C.; Di BETTA, P. You can even walk alone: stadium attendance and professional soccer club's social role. **International Business and Management**. v. 1. n. 1, p. 69-79, 2010.

ARAÚJO JUNIOR, A. F. de; SHIKIDA, C. D; MONASTERIO, L. M. Uma análise econométrica do futebol brasileiro. **Revista Análise Econômica**, Porto Alegre, ano. 23, n. 44, p. 217-240, set., 2003. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/view/10824/6432>>. Acesso em: 15 jul. 2009.

COSTA, F. R da; ALVES, F. P.; RIBEIRO, L. P. O Espírito Santo no cenário do futebol brasileiro: de 1980 a 2009. **Revista Pensar a Prática**, Goiânia, v. 14, n.1, p. 1-9, jan./abr., 2011. Disponível em <<http://www.revistas.ufg.br/index.php/fef/article/view/9643/9118>>. Acesso em: 30 maio 2011.

DAMO, A. S. A magia da seleção. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Campinas, v. 28, n. 1, p. 73-90, set., 2006.

FERNANDES, L. F. F. **A gestão dos clubes de futebol como clube empresa: estratégias de negócio**. 2000. 134 f. Dissertação (Mestrado em Administração)–Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Administração, UFRGS, Porto Alegre, 2000. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/2832?show=full>>. Acesso em: 2 nov. 2009.

FUNK, C. D. et al. The impact of the national sports lottery and the FIFA World Cup on attendance, spectator motives and J. League marketing strategies. **International Journal of Sports Marketing & Sponsorship**. v. 7, n. 3, p. 267-85, 2006.

HELAL, R. **Passes e impasses: futebol e cultura de massas no Brasil**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

LEONCINI, M. P. **Entendendo o negócio futebol: um estudo sobre a transformação do modelo de gestão estratégica nos clubes de futebol**. 2001. 168 f. Tese (Doutorado em Engenharia) – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

LEONCINI, M. P.; SILVA, M. T. da. Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. **Gestão & Produção**, São Carlos, v.12, n.1, p. 11-23, jan./abr., 2005. Disponível em: <[www.scielo.br/pdf/gp/v12n1/a03v12n1.pdf](http://www.scielo.br/pdf/gp/v12n1/a03v12n1.pdf)>. Acesso em 1 nov. 2009.

PRONI, M. W. **A metamorfose do futebol**. Campinas: Unicamp, Instituto de Economia, 2000.

ROCHE, F. P. **Gestão desportiva: planejamento estratégico nas organizações desportivas**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

ROSETTI, P. Clubes dobram cota mínima para direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro. **Exame**, São Paulo, fev. 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/clubes-propoe-mas-tvs-r-500-milhoes-pelo-campeonato-brasileiro>>. Acesso em: 10 maio 2011

SILVA, C. V. di G. F. **Administração esportiva: uma comparação da competitividade do futebol brasileiro com o futebol europeu (g-5) usando métodos quantitativos**. 2006. 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração)–Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <[www.ibmecrj.br/sub/RJ/files/ADM\\_claudiosilva\\_nov.pdf](http://www.ibmecrj.br/sub/RJ/files/ADM_claudiosilva_nov.pdf)>. Acesso em: 1 nov. 2009.

SOARES, M. L. **Identificação das barreiras e facilitadores que influenciam na elaboração da estratégia de marketing esportivo nos clubes de futebol no Brasil: estudo de caso do Grêmio Futebol Porto Alegrense**. In. FÓRUM INTERNACIONAL DE ESPORTE, 6., 2007, Florianópolis. [Trabalhos apresentados]. Florianópolis, 2007. Disponível em: <[www.unesporte.org.br/forum2007/apresentacao\\_oral/06\\_mario\\_luiz\\_soares.pdf](http://www.unesporte.org.br/forum2007/apresentacao_oral/06_mario_luiz_soares.pdf)>. Acesso em: 21 jul. 2009.

SPESSOTO, R. E. N. **Futebol profissional e administração profissional: da prática amadorista à gestão competitiva**. 2008. 159 f. Dissertação (Mestrado em Educação Física)–Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <<http://repositorio.bce.unb.br/handle/10482/1556?mode=full>>. Acesso em: 2 nov. 2009.

THÉRY, H. Futebol e hierarquias urbanas no Brasil. **Mercator**, Fortaleza, v. 5, n. 9, p. 7-16, jan./jun., 2006. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article/view/73/48>>. Acesso em 3 nov. 2009.

TREIN, F. L. **Qualidade dos serviços oferecidos e prestados em um estádio de futebol em dias de jogos: um estudo de caso.** 2004. 170 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia)–Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

---

Recebido em: 23/02/2012

Revisado em: 03/07/2012

Aprovado em: 31/08/2012

**Endereço para correspondência**

amariliovix@gmail.com

Amarílio Ferreira Neto

Universidade Federal do Espírito Santo

Centro de Educação Física e Desportos, Departamento de Desportos

Av. Fernando Ferrari s/n

Goiabeiras

29060-900 - Vitória, ES - Brasil