

UNESP- UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Campus de Rio Claro

REFLEXÕES SOBRE O TERRITÓRIO DO FUTEBOL
E A COPA DO MUNDO FIFA 2014 NO BRASIL

TELMA DARN

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Geografia, na área de concentração: Organização do Espaço, do Instituto de Geociências e Ciências Exatas do Câmpus de Rio Claro, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Elson Luciano Silva Pires

Rio Claro (SP)

2011

UNESP- UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Campus de Rio Claro

TELMA DARN

REFLEXÕES SOBRE O TERRITÓRIO DO FUTEBOL
E A COPA DO MUNDO FIFA 2014 NO BRASIL

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Geografia, na área de concentração: Organização do Espaço, do Instituto de Geociências e Ciências Exatas do Câmpus de Rio Claro, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, para obtenção do título de Doutor em Geografia.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Elson Luciano Silva Pires (orientador)

Prof. Dr. Gilmar Mascarenhas de Jesus

Prof. Dr. Everaldo Santos Melazzo

Prof. Dr. Paulo Roberto Teixeira de Godoy

Profa. Dra. Odaleia Telles Marcondes Machado Queiroz

Resultado: Aprovada

Rio Claro (SP), 16 de setembro de 2011.

796.334
D223r

Darn, Telma

Reflexões sobre o território do futebol e a copa do mundo
FIFA 2014 no Brasil / Telma Darn. - Rio Claro : [s.n.], 2011
215 f. : il., figs., gráfs., quadros

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista,
Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Orientador: Elson Luciano Silva Pires

1. Futebol. 2. Megaeventos. 3. Turismo. I. Título.

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Adam e Augusta (in memoriam),
eternas saudades.

Aos meus filhos Theo Allan e Sandor Ramiro,
o amor de vocês alimenta meu viver.

Ao meu companheiro Hamilton,
pela dedicação e carinho imensuráveis.

AGRADECIMENTOS

Quando chega este momento, é porque estamos concretizando um sonho. Sonho que foi sonhado por muitos, que junto comigo, choraram, riram, discutiram, apoiaram e rezaram. Este sonho foi se tornando realidade ao longo destes últimos cinco anos. Para um jovem cinco anos passam “voando”, mas para quem, como eu, que já vivi mais de meio século, este mesmo tempo, traz consigo a expectativa de que já vivi mais tempo do que tenho para viver. Daí concretizar este sonho, nesta etapa de vida, tem um sentido muito especial: o de realizar um desejo antigo, posto que por muitos anos, e por razões diversas, muitos “cinco anos” se passaram, até que este momento chegasse. Por outro lado, dizem que a vida começa aos cinqüenta anos, e se assim for, iniciar a vida defendendo uma tese de doutorado, pode ser um excelente começo.

Ao iniciar esta nova vida, desejo expressar a imensa gratidão aos que me ajudaram a realizar este sonho. Gostaria que todos recebessem meu mais sincero e eterno “muitíssimo obrigada”. Assim agradeço:

À DEUS, por me brindar com saúde e Seu amor maior.

Aos meus pais, Adam e Augusta, que não só me deram a vida, mas o sentido dela. O amor e os ensinamentos com que me presentearam são grandes tesouros que recebi.

Aos meus queridos filhos Theo Allan e Sandor Ramiro, a quem não só dei as vidas, mas a quem espero poder alimentar para sempre com meu amor infinito. Theo que mesmo morando distante, vive pertinho, dentro do meu coração, que sempre chora de saudades. Seu incentivo para que eu participasse do concurso para docente na UFSCar foi fundamental e sua sabedoria sempre foi inspiração para mim. Sandor que é meu parceiro de estudo e de longas e frutíferas conversas, cujos valiosos ensinamentos e carinho são indelévels, distinguidos no meu coração. Sua fidalguia é um exemplo para mim. Obrigada queridos por terem me escolhido como mãe.

Ao meu marido e companheiro Hamilton, pela paciência em me “alfabetizar” no futebol, em assistir jogos e programas futebolísticos ao meu lado. Sobretudo pelo valiosíssimo apoio físico, mental e espiritual. Nossa relação fundamentada no amor e no respeito me fortalece a cada dia. Sem sua ajuda eu não teria conseguido. Obrigada por seu amor e dedicação.

A minha irmã Magali por sua fé e firmeza das orações, e seu marido Ero pela companhia.

As minhas noras e amigas Flavia Ferreira Ramos Zapata e Natasha Hernandez Almeida, pelo apreço.

À Carlos Ramiro Zapata Guzman “Papito”, pela confiança, quando resolvi estudar turismo, e a sua esposa Rosana, pelas palavras de força.

Aos familiares: meu pai de coração, honroso Sr. Nei, que me concedeu a admissão como membro na família. Também à Gizelda, Vinícius, Elaine, Guto e Val, Viviane, Sabiá e Giovanna, pelos momentos alegres que garantiram que eu não “enlouquecesse”.

À minha enteada Natália, seu marido Nior e o recente presente que eles nos deram: o lindo filhinho Arthur, pelo carinho recebido.

À todos os meus professores e em especial a Profa. Dra. Beatriz Helena Gelas Lages. Sem sua orientação no mestrado, esta etapa não poderia ser alcançada.

Ao meu “tutor geográfico” Prof. Dr. Carlos Henrique Costa da Silva “Rico”, por me “iniciar” no aprofundamento do estudo da Geografia.

Aos amigos da UFSCar Fabio Abdalla, Elisabete Alves, Viviane Mendonça, pelo convívio tão agradável e admiração que tenho por vocês.

À colega professora do curso de turismo da UFSCar, Cintia Rejane Moller de Araújo, que ao longo da tese, revelou-se amiga, especialmente quando parecia adivinhar os momentos que eu precisava das suas palavras de incentivo e coragem.

À professora Alissandra Nazareth de Carvalho, por me substituir na coordenação do curso de turismo da UFSCar, durante o período de afastamento.

Aos professores Claudia Maria Astorino e Thiago Allis por assumirem minhas disciplinas, para que eu pudesse, na reta final, me dedicar integralmente à tese.

Aos amigos Prof. Dr. José Salatiel Rodrigues Pires por acreditar em mim e Dra Adriana Maria Zalla Catojo Rodrigues Pires por sua doçura.

À Pró-Reitoria de Pós Graduação e Pesquisa da UFSCar pelo apoio financeiro concedido no Programa de Apoio à Capacitação de Servidores.

À Reitoria da USFCar, pela confiança no trabalho de organização de eventos no campus Sorocaba.

À todos da UFSCar campus Sorocaba e em especial aos servidores Fabio Fernandes Zagues e Regina Stella Lorena de Miranda pelo apoio na coordenação do curso de turismo.

À todos os alunos durante estes mais de vinte anos de ensino de graduação e pós, com quem trocamos várias experiências enriquecedoras.

À UNESP pela oportunidade de estudar nesta instituição de excelência.

Aos professores Dr. Paulo Roberto Teixeira de Godoy e Dr. Gilmar Mascarenhas de Jesus pelas orientações no Exame de Qualificação.

Em especial ao meu orientador Prof. Dr. Elson Luciano Silva Pires, que acreditou na nossa proposta e a quem aprendi a admirar pelo seu saber. Sobretudo pelas nossas veneráveis conversas que fortaleceram nossa amizade. Nos momentos difíceis rezei

com muita fé e tenho certeza que as preces foram atendidas, garantindo sua saúde. Deus te abençoe sempre. Muito obrigada por toda sua dedicação.

Há muito mais a quem agradecer... À todos aqueles que, embora não estejam aqui nomeados, mas que me ajudaram com inestimáveis apoios em distintos momentos e por suas presenças afetivas, recebam também meu obrigada.

Todos vocês são co-autores deste trabalho.

Sermão da planície (para não ser escutado)

Crônica de Carlos Drummond de Andrade

Bem-aventurados os que não entendem nem aspiram a entender de futebol, pois deles é o reino da tranqüilidade.

Bem-aventurados os que, por entenderem de futebol, não se expõem ao risco de assistir às partidas, pois não voltam com decepção ou enfarte.

Bem-aventurados os que não têm a paixão clubista, pois não sofrem de janeiro a janeiro, com apenas umas colherinhas de alegria a título de bálsamo, ou nem isto.

Bem-aventurados os que não escalam, pois não terão suas mães agravadas, seu sexo contestado e sua integridade física ameaçada, ao saírem do estádio.

Bem-aventurados os que não são escalados, pois escapam de vaias, projéteis, contusões, fraturas, e mesmo da glória precária de um dia.

Bem-aventurados os que não são cronistas esportivos, pois não carecem de explicar o inexplicável e racionalizar a loucura.

Bem-aventurados os fotógrafos que trocaram a documentação do esporte pela dos desfiles de modas, pois não precisam gastar tempo infundável para fotografar o relâmpago de um gol.

Bem-aventurados os fabricantes de bolas e chuteiras, que não recebem as primeiras na cara e as segundas na virilha, como os atletas e assistentes ocasionais de peladas.

Bem-aventurados os que não conseguiram comprar televisão a cores a tempo de acompanhar a Copa do Mundo, pois, assistindo pelo aparelho do vizinho, sofrem sem pagar 20 prestações pelo sofrimento.

Bem-aventurados os surdos, pois não os atinge o estrondar das bombas da vitória, que fabricam outros surdos, nem o matraquear dos locutores, carentes de exorcismo.

Bem-aventurados os que não moram em ruas de torcida institucionalizada, ou em suas imediações, pois só recolhem 50% do barulho preparatório ou comemoratório.

Bem-aventurados os cegos, pois lhes é poupado torturar-se com o espetáculo direto ou televisionado da marcação cerrada, que paralisa os campeões, ou do lance imprevisível, que lhes destrói a invencibilidade.

Bem-aventurados os que nasceram, viveram e se foram antes de 1863, quando se codificaram as leis do futebol, pois escaparam dos tormentos da torcida, inclusive dos ataques cardíacos infligidos tanto pela derrota como pela vitória do time bem-amado.

Bem-aventurados os que, entre a bola e o botão, se contentaram com este, principalmente em camisa, pois se consolam mais facilmente de perder o botão da roupa do que o bicho da vitória.

Bem-aventurados os que não confundem a derrota do time da Lapônia pelo time da Terra do Fogo com a vitória nacional da Terra do Fogo sobre a Lapônia, pois a estes não visita o sentimento de guerra.

Bem-aventurados os que, depois de escutar este sermão, aplicarem todo o ardor infantil no peito maduro para desejar a vitória do selecionado brasileiro nesta e em todas as futuras Copas do Mundo, como faz o velho sermoneiro desencantado, mas torcedor assim mesmo, pois para o diabo vá a razão quando o futebol invade o coração.

(Publicada no Jornal do Brasil, em 18 de junho de 1974).

SUMÁRIO

Índice	I
Índice de Figuras e Fotos	II
Índice de Quadros e Tabelas	III
Lista de Siglas	IV
Resumo	V
Abstract	VI
Prefácio	VII
Introdução	1
Capítulo 1 – Território do Futebol	5
Capítulo 2 – Os megaeventos esportivos – O caso da Copa do Mundo FIFA	58
Capítulo 3 – A Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil:	
Da captação às possíveis externalidades no território do futebol	111
Conclusão	172
Bibliografia	178
Apêndice	198

ÍNDICE

I

Introdução	1
Capítulo 1 – Território do Futebol	5
1.1 Do jogo do futebol ao “jogo dos negócios”	5
1.2 Território do futebol	13
1.3 A dimensão da competitividade no território do futebol brasileiro	35
Capítulo 2 – Os megaeventos esportivos – O caso da Copa do Mundo FIFA	58
2.1 A Copa do Mundo FIFA	59
a) Exemplo da Copa da Alemanha	63
b) Exemplo da Copa da África do Sul	67
2.2 Da captação aos legados	77
Capítulo 3 - A Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil:	
Da captação às possíveis externalidades no território do futebol	111
3.1 Estrutura organizacional e governança da Copa do Mundo FIFA 2014	141
3.2 Algumas possíveis externalidades da Copa do Mundo FIFA no território do futebol brasileiro	166
Conclusão	172
Bibliografia	178
Apêndice	198

ÍNDICE DE FIGURAS E FOTOS

Fig. 1 – Futebol na praça	16
Fig. 2 – FIFA e Confederações	21
Fig. 3 – Rede espacial mundial do futebol	21
Fig. 4 – Estrutura da CBF	26
Fig. 5 – Distribuição dos proprietários de estádios oficiais de futebol no Brasil	42
Fig. 6 – Distribuição espacial dos estádios oficiais de futebol no Brasil	42
Fig. 7 – Estádios utilizados no “Brasileirão” da série A e B de 2005 a 2009 em todas as edições	43
Fig. 8 – Participação dos clubes no “Brasileirão” da série A e B, por região, no período de 2005 a 2009	45
Fig. 9 – Público pagante acumulado período 2005 a 2009 - “Brasileirão”, série A e B	47
Fig. 10 – Evolução do total de público pagante no “Brasileirão” das séries A e B no período de 2005 a 2009	47
Fig. 11 – Foto de Fan fest em Leipzig durante a Copa do Mundo FIFA 2006	66
Fig. 12 – Distribuição das cidades sede e dos estádios na Copa do Mundo FIFA	67
Fig. 13 – Chegada de turistas estrangeiros na África do Sul em 2010 para a Copa do Mundo FIFA	70
Fig. 14 – Comitê Gestor da Copa do Mundo FIFA 2014	146
Fig. 15 – Obras dos Estádios da Copa do Mundo FIFA 2014	160

ÍNDICE DE QUADROS E TABELAS

Quadros

Quadro 1 – Resumo da periodização do futebol no Brasil	9
--	---

Tabelas

Tabela 1 – Relação de transferências de jogadores brasileiros para o exterior	38
Tabela 2 – Maiores receitas na transferência de jogadores entre 2003 e 2008 no Brasil	39
Tabela 3 – Comparação de salários dos atletas no exterior e no Brasil ano 2009	40
Tabela 4 – Estádios Oficiais de Futebol no Brasil – por região – por propriedade	41
Tabela 5 – Os 20 clubes com maior participação no “Brasileirão”, série A, por região, no período de 2005 a 2009	44
Tabela 6 – Os 20 clubes com maior participação no “Brasileirão”, série B, por região, no período de 2005 a 2009	44
Tabela 7 – As edições da Copa do Mundo FIFA	76
Tabela 8 – Investimentos propostos para a Copa do Mundo FIFA 2018 e 2022	81
Tabela 9 – Chegada de Turistas Internacionais no Brasil (em milhões) período de 2002 a 2009	103
Tabela 10 – <i>Ranking</i> ICCA 2009 / Número de Eventos Internacionais	107
Tabela 11 – Garantias assinadas pelo país para a Copa do Mundo FIFA 2014	133
Tabela 12 – Investimentos do Ministério do Turismo na qualificação profissional	151
Tabela 13 – Investimentos por cidade sede em milhões de reais	156
Tabela 14 – PIB dos municípios x investimentos por cidade	156
Tabela 15 – Por área de investimento em reais	157
Tabela 16 – Investimentos em mobilidade urbana	157
Tabela 17 – Investimentos em aeroportos	159
Tabela 18 – Estudo demonstrativo da utilização e receita do estádio “Mané Garrincha” período 2005 a 2009	163

LISTA DE SIGLAS

ABDIB – Associação Brasileira de Infra-estrutura e Indústrias de Base

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento

CBF – Confederação Brasileira de Futebol

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CGCOPA – Comitê Gestor da Copa

CND – Conselho Nacional de Desporto

COL – Comitê Organizador Local

CONMEBOL – Confederación Sudamericana de Fútbol

ICCA – International Congress & Convention Association

IFAB – International Football Association Board

FIFA – Fédération Internationale de Football Association

GECOPA – Grupo Executivo da Copa

RDC – Regime Diferenciado de Contratações

SINAENCO – Sindicato Nacional da Arquitetura e Engenharia

TCU – Tribunal de Contas da União

UEFA – Union of European Football Associations

RESUMO

Nesta tese nós introduzimos e investigamos o conceito de território do futebol que é regido sob a hegemonia da FIFA em escala global e pelas federações e confederações em escala local. O Brasil sediará em 2014 a Copa do Mundo FIFA sendo considerado um produto inovador no território do futebol brasileiro. Os legados especialmente urbanístico, turístico e de promoção da imagem do país, têm sido fortemente utilizados na sensibilização da população quanto ao aceite dos altos valores a serem investidos com o evento. Considerando-se a inovação, a adaptação e a regulação como a tríade que impulsiona a competitividade, sendo esta última, o pilar mais frágil neste território, identificamos que este evento pouco poderá influenciar no futebol brasileiro.

Palavras-chave: Território do Futebol, Competitividade, Megaeventos Esportivos, Copa do Mundo FIFA.

ABSTRACT

In this thesis we introduce and investigate the concept of territory of football. Such territory is governed by the hegemony of FIFA on a global scale and by national associations or confederations on a local scale. In 2014 Brazil will host the FIFA World Cup which is an innovative product in the territory of Brazilian football. The legacies especially urbanistic, touristic and in promoting Brazil's image have been heavily used in raising public awareness about the acceptance of high amounts to be invested in the event. Considering the innovation, adaptation and regulation as the triad that drives competitiveness, the latter being the weakest pillar in the territory of football, we found that this event may have small influence in the Brazilian football.

Keyword: Territory of Football, Competitiveness, Mega Sporting Events, FIFA World Cup.

PREFÁCIO

Esta tese surgiu do interesse suscitado nas aulas do Programa de Pós Graduação em Geografia, da UNESP Rio Claro, na disciplina Mutações Econômicas e Dinâmicas Territoriais, ministrada pelo Prof. Dr. Elson Luciano Silva Pires, quando ainda estava na condição de aluna especial. Durante suas aulas, tivemos a oportunidade de discutir, entre vários temas, os arranjos produtivos locais e como as empresas estão buscando os lugares para se instalarem ou permanecerem, estabelecendo uma forte competição entre as cidades, na tentativa de atraí-las.

Como os exemplos, na maioria dos casos, envolviam as indústrias, visualizamos a oportunidade de estudar mais aprofundadamente o setor de serviços. Tendo como formação o turismo, e atuando neste segmento há muitos anos, identificamos que esta competição também se estabelece neste setor.

Particularmente no turismo, o segmento de eventos é um dos mais competitivos, tendo em vista que, para sua realização, recursos normalmente necessários para o desenvolvimento do turismo como, por exemplo, atrativos naturais e culturais, tornam-se valores agregados, pois o principal é o evento, que não demanda tais recursos, mas sim infraestrutura e mão de obra qualificada para sua realização.

Ainda na condição de aluna especial do Programa, durante nossos estudos identificamos que o Brasil tinha apresentado sua candidatura para sediar a Copa do Mundo FIFA de 2014, em 3 de junho de 2003, e a cidade do Rio de Janeiro apresentara a proposta para sediar os Jogos Olímpicos (de verão) de 2016, em 15 de janeiro de 2004. Vimos então a oportunidade de estudar a questão da competitividade das cidades na captação de eventos, numa proposta mais ousada, tendo em vista tratar-se de eventos internacionais, cuja competição envolve países e cidades. Isto nos levou ao projeto desta tese e a admissão no programa.

Considerando-se que o megaevento Jogos Olímpicos acontece em apenas uma cidade e, com algumas exceções, utiliza alguma outra como apoio para práticas esportivas que necessitam recursos indisponíveis na cidade-sede, optamos por estudar a Copa do Mundo FIFA, visto que sua difusão espacial se dá em várias cidades de um país, buscando identificar neste evento as “guerras dos lugares” que se estabelecem entre as cidades, na tentativa de captar o evento e buscar as respostas para a competitividade no setor de serviços.

Ao longo dos estudos identificamos que a FIFA se mostrava como um ator hegemônico no evento e, buscando entender a gestão e organização do evento, identificamos que na Copa do Mundo de Futebol a competitividade entre os países e cidades-sede não podia ser explicada somente pelas teorias utilizadas durante as aulas do Prof. Elson. Havia um componente que se sobrepunha aos critérios técnicos, dados pela força da hegemonia da FIFA. Para sua compreensão, foi necessário retroceder e entender como se dá a produção e gestão do futebol como gênese do evento.

A ampliação dos estudos nos levou a compreender que, mais que um evento ou um jogo, o futebol se configura como um território, nele atuando vários atores, sob a hegemonia da CBF, no caso do Brasil, e da FIFA em escala global. E foi isso que nos ajudou a compreender a configuração do evento.

Também buscávamos respostas sobre possível (des) ordenamento no território do futebol brasileiro a partir da Copa do Mundo FIFA e se o evento poderia contribuir para aumentar a competitividade do esporte.

Foi muito difícil a localização de documentos sobre a Copa do Mundo FIFA, pois as cláusulas de confiabilidade e confidencialidade dos documentos assinados entre os países-sede e a entidade garantem a ela sigilo de informações que, certamente, seriam muito úteis nas nossas análises.

Neste sentido, nosso trabalho não pretende apresentar análises aprofundadas sobre os investimentos, pois admitimos que eles sofrerão muitos acréscimos até a operacionalização do evento. Também não tem, em nenhum momento, a pretensão de esgotar os temas pesquisados. Ao contrário, faz uma tentativa de apresentar um conjunto de oportunidades de estudos e pesquisas para que, os que se interessam pelo tema, possam aprofundar as discussões.

O caminho percorrido apresentou-se bastante árduo. Primeiramente, dada a pequena relação desta pesquisadora com o esporte, já que a mesma é apenas torcedora da Seleção Brasileira de Futebol e, em escala local, eventualmente uma “são paulina”. Tentar entender como o esporte se organiza no Brasil, sua produção (Brasileirão, Campeonatos Estaduais e outros), a gestão e seus cartolas, seus consumidores (torcedores), nos levou pela primeira vez na vida, aos 50 anos, a assistir jogos em estádios, a assistir programas de futebol na televisão (Cartão Verde, Esporte Espetacular, Terceiro Tempo, entre outros), e dar uma “paradinha na tese” para assistir às semifinais de um dos campeonatos da UEFA 2010/11,

torcendo para o “Barça” contra o Real Madrid, discutindo entre amigos as diferenças estéticas do futebol brasileiro e europeu. Isto nos ajudou a compreender um pouco melhor esta “paixão” pelo futebol.

Hoje, ao mesmo tempo em que temos um prazer diferente ao assistir um jogo de futebol, desenvolvemos certa “repugnância” ao ver que este patrimônio cultural brasileiro é gerido e administrado de forma tão pouco democrática, atendendo exclusivamente aos interesses do capital.

Se nos perguntassem hoje como vemos a Copa do Mundo de Futebol no Brasil, diríamos que a única certeza é que a “festa” vai custar muito dinheiro aos cofres públicos brasileiros, e a ganhadora será a FIFA. Quanto a nós brasileiros, resta-nos pagar a conta e, quiçá, comemorarmos em nosso solo o tão esperado hexacampeonato.

INTRODUÇÃO

Como todo trabalho acadêmico, iniciamos nossas pesquisas pela Biblioteca da UNESP Rio Claro. Após consulta, não identificamos entre as 364 dissertações e 164 teses, produzidas na área de concentração: Organização do Espaço, no Programa de Pós Graduação em Geografia, de 1980 até 2010, nenhuma produção ligada aos temas Futebol e Copa do Mundo de Futebol, o que nos fez crer que este trabalho poderia, humildemente, abrir “novas portas” de estudos entre Geografia e Futebol, nesta instituição acadêmica de excelência, na produção de pesquisa em Geografia. Este é, portanto, o primeiro dos nossos objetivos.

Ao pensar nas relações entre Copa do Mundo de Futebol e Geografia, identificamos a possibilidade de estudá-las dentro da geografia cultural, social e econômica. As ciências sociais aplicadas às contribuições de estudos da administração e do turismo também nos ajudaram nas análises. A crônica de Drummond, aqui apresentada, reforça esta multiplicidade de olhares sobre o “mundo do futebol”.

Partimos da premissa de que no Brasil, assim como em vários países do mundo, o futebol está presente no cotidiano por ser uma prática social que envolve ações de torcer, discutir ou jogar futebol. Mesmo para quem não pratica este esporte, as informações sobre ele estão muito presentes em nosso dia a dia. Matérias sobre o futebol são exibidas diariamente na mídia, seja ela impressa, televisiva ou eletrônica, contando com jornalistas especializados que mantêm canais específicos de comunicação sobre o esporte. Como o Brasil será sede da Copa do Mundo de Futebol em 2014, acreditamos que o tema futebol estará ainda mais presente.

A Copa do Mundo de Futebol é considerada um megaevento, em virtude da grandiosidade e diversidade de relações possíveis para vários atores. Seja na participação de vários países, nos bilhões de dólares envolvidos, na extensa cobertura televisiva, no comprometimento político dos países-sede, nos altos investimentos na construção de instalações e infraestrutura nas cidades-sede, levando ao (des) ordenamento destas e afetando a vida da comunidade anfitriã. Nesta esteira, as teorias da geografia contribuem, significativamente, para compreensão e análise deste evento.

Entendemos assim este megaevento como capaz de atuar diretamente na transformação do espaço, através do processo de (des) valorização que ele pode promover nos locais onde se desenvolve. Como agente transformador do espaço, a Copa do Mundo FIFA está intimamente ligada aos padrões característicos do sistema de produção capitalista, que busca mecanismos de expansão a partir da valorização de certas atividades, na busca do seu ciclo contínuo de crescimento.

Identificamos que a FIFA se apresenta como ator hegemônico neste evento, usando-o para obter altos lucros, capazes de manter a entidade. Para tanto, busca sensibilizar os envolvidos a partir dos legados que o evento poderá deixar para os países-sede, como justificativa para os altos investimentos necessários para atender às exigências impostas pela entidade.

Assim, observamos que as cidades se envolvem em verdadeiras batalhas na tentativa de captação do evento e na possibilidade de buscar formas de investir, colocando-se numa condição de exceção, ao desconsiderarem as políticas públicas existentes, criando projetos urbanos que reforçam a lógica do capital.

Considerado como um produto inovador a ser introduzido no Brasil, admitimos a Copa do Mundo FIFA como um elemento capaz de gerar, em tese, vantagem competitiva nas localidades onde se insere. Ao levantarmos os conceitos de competitividade, identificamos tratar-se de um processo dinâmico, complexo e multidimensional, daí torna-se um grande desafio metodológico. Na busca pelo entendimento desta vantagem, procuramos analisar a organização do evento, tendo a FIFA como ator hegemônico, o que nos levou a encontrar explicações na gênese do evento: o futebol como uma prática social e identidade do povo brasileiro.

Inicialmente, identificamos a existência de algumas modalidades na prática do futebol, entre elas futebol de campo, futebol de salão, futebol de areia, futebol de botão, futebol totó ou pebolim. Especificamente, nosso trabalho tem seu recorte no futebol de campo, na categoria profissional, para o gênero masculino, já que é este futebol que será apresentado na Copa do Mundo FIFA 2014 e objeto deste estudo.

Os estudos sobre o futebol permitiram a elaboração da premissa da tese da existência do território do futebol, entendido como o lugar definido e delimitado pelas várias práticas que envolvem o esporte, em escalas que vão do local ao global, ligado à ideia de domínio, onde se revelam relações marcadas pelo poder, a partir de territorialidades amadoras, com as lideranças espontâneas, ou profissionais, com a FIFA e as Confederações exercendo papel hegemônico neste território. Estas

relações são marcadas, de um lado, pelo poder do mercado, já que é uma “indústria” que gera bilhões de dólares pelo consumo dos vários produtos ligados ao futebol, e, de outro lado, pela permissividade do Estado.

Entendemos que a pouca transparência e a falta de regulação neste território são fatores que justificam a hegemonia da FIFA que, somada à permissividade dos países-sede da Copa do Mundo de Futebol, explica a configuração do evento.

Sempre que possível utilizamos teses e livros, para buscarmos referencial teórico para nossas pesquisas. No entanto, consultorias especializadas em futebol, bem como *sítes* e jornais, foram muito úteis para compreensão do que vem a ser a Copa do Mundo FIFA e o futebol no Brasil e no mundo.

Nesta tese, objetivamos apresentar reflexões sobre a existência do território do futebol e a dimensão da sua competitividade, bem como analisar criticamente a Copa do Mundo FIFA 2014, examinando as possíveis externalidades do evento, como um produto inovador no território do futebol brasileiro.

Nossa hipótese inicial nos levava a crer que, dados os altos investimentos a serem feitos nos países que sediam a Copa do Mundo FIFA e no território do futebol, este evento contribuiria para aumentar a competitividade do esporte. No entanto, nossas pesquisas revelaram que a permissividade dos Estados e do Comitê Organizador do evento, no aceite das cláusulas contratuais que atendem prioritariamente aos interesses financeiros da FIFA, não garante que o evento possa intervir na competitividade deste território.

Afora a introdução e conclusão, a tese se estrutura dividida em três capítulos. No primeiro capítulo, intitulado Território do Futebol, buscamos responder a duas perguntas. Como se apresenta o futebol na atualidade, considerando as transformações que ele sofreu, passando de uma prática esportiva para um “jogo de negócios”? Considerando a existência do território do futebol, como pode ser dimensionada a competitividade brasileira neste território? Assim, iniciamos com uma breve apresentação do surgimento do esporte no mundo e como ele se transformou num esporte-espetáculo. Na sequência, está apresentada a teoria que sustenta a criação da tese do território do futebol e a dimensão da sua competitividade.

O segundo capítulo, denominado: Os megaeventos esportivos – O caso da Copa do Mundo FIFA, inicia apresentando um histórico do evento e os exemplos das duas últimas edições, na Alemanha (2006) e África do Sul (2010), com observações

pontuais sobre o evento no Brasil. Apresentamos também respostas para duas perguntas propostas: Como se dá o processo de captação destes megaeventos e quem são os responsáveis? Quais seriam as razões, objetivos, impactos e possíveis legados que os países e cidades buscam atingir quando se candidatam a sedes dos megaeventos esportivos? Este capítulo ainda aborda como este megaevento, como um projeto estratégico para as cidades, está sendo tratado nas políticas públicas. Finalizamos com a apresentação da segmentação do turismo de eventos e esportes, usado também como sensibilizador para justificar os altos investimentos.

A Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil: da captação às possíveis externalidades no território do futebol - titula o capítulo três. Nele apresentamos análises críticas de documentos, a estrutura organizacional e governança do evento e as possíveis externalidades do evento no território do futebol.

Num primeiro momento, o tema da pesquisa pode sugerir ao leitor que a tese a ser apresentada limita-se à análise do evento, no entanto, seus desdobramentos levam a várias possibilidades de estudo, em diversos campos de pesquisa, dada a multiplicidade de relações existentes. Destacamos que estamos considerando esta tese como um trabalho inconcluso, até porque o evento só acontecerá em 2014. Com isso, outro objetivo é iniciar os estudos e tentar despertar a atenção para a possibilidade de continuidade, com novas pesquisas, a partir deste trabalho.

CAPÍTULO 1 – TERRITÓRIO DO FUTEBOL

Iniciamos este capítulo partindo da premissa de que o futebol é um importante elemento socioespacial e cultural na maior parte do mundo e também no Brasil. Neste sentido, torna-se importante a compreensão de como o futebol transformou-se em um negócio para além do esporte. Soma-se a isto o fato de ser elemento que originou a Copa do Mundo FIFA, objeto deste estudo.

Destacamos que não temos a pretensão de esgotar, neste trabalho, as possíveis abordagens sobre o tema futebol que, ao longo das pesquisas, se mostrou extremamente complexo e diversificado. Assim, pretendemos mostrar alguns aspectos do futebol brasileiro, que possam contribuir para que o leitor compreenda a ligação entre este esporte e o megaevento Copa do Mundo FIFA, que o Brasil sediará em 2014.

Dois eixos norteadores fundamentaram nossas indagações iniciais: Como se apresenta o futebol na atualidade, considerando as transformações que ele sofreu, passando de uma prática esportiva para um “jogo de negócios”? Considerando a existência do território do futebol, como pode ser dimensionada a competitividade brasileira neste território? Identificamos algumas possíveis externalidades sobre o território do futebol, a partir da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, que serão apresentadas no capítulo III desta tese.

1.1 Do jogo de futebol ao “jogo dos negócios”

Para responder aos questionamentos formulados, iniciamos com uma breve apresentação do surgimento do esporte no mundo, como ele chegou ao Brasil e como se tornou tão importante como produto ou produtor de espetáculos.

Parece consenso entre os pesquisadores que o jogo de futebol, como conhecemos hoje, teve sua origem na Inglaterra, justamente quando aquela sociedade começava a sentir os efeitos da Revolução Industrial. A citação de Bordieu indica como o esporte foi introduzido nas elites inglesas.

Parece indiscutível que a passagem do jogo ao esporte propriamente dito tenha se realizado nas *grandes escolas* reservadas às “elites” da sociedade burguesa, nas *public schools* inglesas, onde os filhos das famílias da aristocracia ou da grande burguesia retomaram alguns jogos populares, isto é, vulgares, impondo-lhes uma mudança de significado e de função [...] Para caracterizar os princípios desta transformação, pode-se dizer que os

exercícios corporais da "elite" foram separados das ocasiões sociais ordinárias às quais os jogos populares permaneciam associados (festas agrárias, por exemplo) e desprovidos das funções sociais (e, a *fortiori*, religiosas) ainda ligadas a vários jogos tradicionais (como os jogos rituais praticados em muitas sociedades pré-capitalistas em certas passagens do ano agrícola). A escola, lugar da *skhole*, do lazer, é o lugar onde as práticas dotadas de funções sociais e integradas no calendário coletivo são convertidas em exercícios corporais, atividades que constituem fins em si mesmas, espécie de arte pela arte corporal, submetidas às regras específicas, cada vez mais irredutíveis a qualquer necessidade funcional, e inseridas num calendário específico. (BORDIEU, 1983, p.139)

Quando o jogo ganhou regras claras e objetivas e foi organizado e sistematizado, passou então a ser praticado por estudantes e aos poucos foi se popularizando.

Para Proni (1998), o esporte cumpriu um papel importante na reconstituição da identidade do povo inglês, num período de transição da vida no campo para a vida urbana e de difícil adaptação a este novo modo de vida. Foi, nesse sentido, uma prática social que ajudou os indivíduos a se adaptarem a uma sociedade que se tornava urbana e industrial.

Como prática social, o futebol permitiu aos indivíduos compreenderem e aceitarem as regras impostas, comparativamente, no trabalho das fábricas. Os tempos do jogo de futebol de 45 minutos, com intervalo de 15 minutos e possibilidade de prorrogação, seriam equivalentes à jornada de trabalho e possibilidade de horas extras. No mesmo sentido, assim como os funcionários deveriam “obedecer” aos “patrões”, os jogadores deveriam “obedecer” ao técnico, caso contrário haveria sempre novos entrantes a serem contratados ou, como equivalentes, os jogadores reservas no banco. Analogicamente, o estádio seria a fábrica, o clube o gerente, os operários os jogadores, os gols os produtos e os espectadores os consumidores.

O profissionalismo no futebol foi iniciado somente em 1885 e, em 2 de junho de 1886, numa reunião que contou com os representantes das quatro federações britânicas — Inglaterra, Escócia, País de Gales e Irlanda do Norte foi criada, na Inglaterra, a International Football Association Board (IFAB), entidade cujo objetivo principal era estabelecer e mudar as regras do futebol quando necessário, sendo esta entidade a “guardiã” das regras até hoje¹.

¹ Disponível em <http://pt.fifa.com/aboutfifa/federation/ifab/news/newsid=1380759.html> acessado em 10/02/2010.

Enquanto o futebol foi se profissionalizando na Inglaterra, a prática amadora ia se difundindo em outros países, tendo sido incluído como esporte de exibição nos Jogos Olímpicos de Paris em 1900.²

Em Paris, no dia 21 de maio de 1904, foi constituída a Fédération Internationale de Football Association (FIFA), cuja sede está localizada em Zurique, na Suíça.³

No Brasil, vários pesquisadores afirmam que o futebol chegou pelos trabalhadores e funcionários ingleses, difundindo-se por dois caminhos: por meio de jovens de classe alta, nos clubes cujos sócios representavam a elite da sociedade da época; e outro pelos trabalhadores das estradas de ferro, que deram origem aos times de várzea. Algumas histórias atribuem ao paulista Charles Muller o título de “pai do futebol” para o Brasil, pois, tendo ido estudar na Inglaterra, retornou ao país em 1894 trazendo duas bolas e fundando o São Paulo Athletic Club⁴. No entanto, não há consenso sobre o fato, pois outros pesquisadores indicam que, antes disso, “marinheiros estrangeiros já jogavam futebol em outros lugares do Brasil”. (SEVCENCKO, 1994, p.36)

Em poucas décadas, num processo relativamente rápido, o futebol deixou de ser elitista para se tornar um fenômeno popular. Isso aconteceu no Brasil, mas pelas descrições de Hobsbawm (1988) e de Galeano (1995) também ocorreu em vários outros lugares. Hobsbawm afirma que em 1870/1880 já havia um “domínio quase completo do jogo por atletas de origem proletária”. (HOBSBAWM, 1988, p.268)

Segundo Mascarenhas (1998), primeiramente, percebe-se que o futebol como informação atingiu o território brasileiro quase simultaneamente, em pontos diversos e desconectados entre si. No entanto, sua expansão espacial é diferenciada no Brasil, embora seja certo que o capital inglês foi o agente da introdução do esporte. A cidade de São Paulo propiciou a popularização da prática futebolística mais antecipadamente e acentuadamente do que qualquer outra cidade brasileira, o que pode explicar a presença de vários clubes de São Paulo nos campeonatos do esporte.

² O histórico completo do futebol nos jogos olímpicos pode ser visto em <http://olimpiadas.uol.com.br/2008/modalidades-olimpicas/futebol/> acessado em 10/02/2010.

³ Disponível em <http://worldcupfifa.tripod.com/id80.html> acessado em 10/02/2010.

⁴ Não confundir com o atual São Paulo Futebol Clube.

Para entendermos como o futebol se tornou tão importante para o Brasil, acreditamos que houve uma combinação entre as características sócio-culturais do povo brasileiro e as exigências técnicas da sua prática.

A partir da superação do seu caráter elitista, nas primeiras décadas do século XX, os negros e mestiços começaram a se inserir na prática do futebol, possibilitando a introdução de novos elementos culturais relacionados ao samba e à capoeira, caracterizados pela presença da ginga e do drible, num estilo de jogo criativo.

Segundo Da Matta, o futebol brasileiro – em comparação, novamente, com o europeu - caracteriza-se por ter "jogo de cintura", por "dobrar sem quebrar", dissimular, improvisar e sair com elegância de situações em princípio adversas, geralmente movendo o corpo e criando um jogo esteticamente valorizado. Como metáfora da vida cotidiana, o futebol expressaria, então, uma forma de ser brasileira, uma vez que é preciso muita malandragem para poder lidar com uma sociedade altamente modernizada de um lado, mas que convive, de outro, com características patriarcais e relações clientelistas. (VAZ, 1995, p.148)

Para Leoncini (2001), a introdução dos negros e pobres e o reconhecimento do desempenho deles no futebol criaram um impasse que foi resolvido com a contratação destes pelos clubes, que buscavam tornar-se mais competitivos.

Identificamos na sua prática elementos da invenção artística, da liberdade, da espontaneidade e da criatividade como características definidoras da estética do futebol brasileiro,⁵ entendendo a relação dos brasileiros - que são reconhecidos como um povo alegre e hospitaleiro - com o carnaval, o samba e o futebol.

De fato, o carnaval e o futebol são reconhecidos, mundialmente, como identificadores do Brasil. No futebol a atuação do atleta Pelé, eleito melhor jogador do século XX pelos membros do comitê FIFA⁶ e leitores da revista da entidade, levou o nome do Brasil para vários países, contribuindo para a difusão do futebol no mundo.

Podemos identificar a ligação do povo brasileiro com o futebol desde a infância, quando o esporte já é estimulado, mesmo nas populações menos privilegiadas economicamente, visto que para sua prática a existência de apenas um equipamento, no caso uma bola, permite a iniciação esportiva. O futebol pode ser

⁵ Estamos considerando o "futebol arte", constituído pelos dribles e gingas que caracterizaram o futebol brasileiro, que segundo *sites* especializados em futebol, foram a marca do esporte, até os anos 80. Não é nosso objeto de pesquisa discutir as mudanças estéticas do futebol.

⁶ Disponível em www.pt.fifa.com. acessado em 10/02/2010.

praticado em qualquer lugar que apresente um terreno plano, por no mínimo dois e no máximo vinte e dois jogadores, sendo a metade representando cada uma das duas equipes, e que conheçam suas regras. O conhecimento das regras do futebol, que são difundidas amplamente, é facilmente assimilado pelos praticantes ou torcedores. Esta simplicidade confere a possibilidade de sua prática a partir de poucos recursos e sua difusão espacial pode ocorrer em todo o mundo.

No cotidiano do povo brasileiro o futebol está presente de diferentes formas, entre elas torcer, jogar ou discutir. A existência de inúmeras peladas, jogos, torneios, campeonatos, taças, copas, resultando em variados espetáculos, que vão desde o jogo em um campo com estrutura simples, acompanhado pelos torcedores locais, até um jogo numa arena edificada nos mais modernos padrões de qualidade, acompanhado por torcedores do mundo todo, reforça seu papel central na cultura nacional e fortalece a identidade dos brasileiros com o futebol. Para Bellos, o futebol “é o símbolo mais forte da identidade brasileira” (BELLOS, 2003, p.09).

Com relação à prática do esporte no Brasil, o quadro abaixo busca apresentar um resumo da periodização do futebol.

Quadro 1 - Resumo da periodização do futebol no Brasil

Período	Característica	Fato
1923/33	Clandestinidade	Criação do semi profissionalismo
1933/50	Transição	Do futebol elitista à popularização
1950/70	Revolução/consolidação	Auge do futebol e conquista do tri campeonato mundial
1970/90	Re-elitização/retrocesso	Subtração de oportunidades a negros e pobres ⁷ + “importação” do estilo europeu de jogo

Fonte: adaptado de Leoncini, 2001, p.20-21

organização: própria

Ao longo do tempo, o futebol foi se multiplicando em espetáculos esportivos de grande aceitação, com destacada importância para a expansão do esporte, dada sua divulgação pelos meios televisivos. Proni ajuda a conceituar e explicar o esporte-espetáculo.

..... o esporte-espetáculo deve ser entendido como um fenômeno da sociedade de massa – mais especificamente, como um produto da mercantilização de componentes do mundo esportivo....
 esporte-espetáculo, uma forma particular de práticas altamente competitivas... (PRONI, 1998, p.93)

⁷ Isto se deu em razão da urbanização e da diminuição dos espaços para sua prática.

É oportuno destacar que, ao mesmo tempo em que o futebol se transformou num espetáculo de destaque, dado pelo papel da televisão, com a possibilidade das receitas oriundas da publicidade e maior exposição dos atletas, também a televisão teve que se adaptar com a criação de departamentos específicos, com recursos tecnológicos e mão de obra especializada, buscando explorar a competitividade do esporte, potencializando as formas de consumo do futebol.

Melo Neto (1986) afirma que o *marketing* esportivo foi introduzido no futebol brasileiro em 1977, quando o Conselho Nacional de Desportos (CND) permitiu a publicidade nos uniformes dos jogadores. A partir dessa iniciativa, surgiu também o patrocínio de grandes empresas, comercialização do espaço publicitário, licenciamento de marca e venda dos direitos de transmissão para a TV.

A crise pela qual os clubes passavam, com o crescimento dos custos de produção, inadimplência dos sócios, evasão dos jogadores e diminuição do número de torcedores nos estádios foi, em parte, amenizada pelo aumento da cobertura da mídia esportiva na década de 1980.

A consolidação do *marketing* esportivo do futebol no Brasil se deu a partir da década de 90, já como um elemento importante na gestão dos clubes de futebol. A associação entre a empresa italiana de laticínios Parmalat e o Palmeiras aconteceu em 1992, com o intuito de elevar sua marca e expandir a empresa dentro do mercado latino-americano⁸.

O sucesso da parceria entre a Parmalat e a Sociedade Esportiva Palmeiras, que durou de 1992 a 2000, só pode acontecer devido a algumas novidades e mudanças que ela provocou dentro do gerenciamento do clube. A Parmalat trouxe, não só para o Palmeiras, mas também para o próprio futebol brasileiro, um modo profissional de gerenciar um clube de futebol, substituindo antigos diretores autoritários e amadores por um diretor profissional e remunerado.

Para Proni

a continuidade da estrutura político-institucional obstruía a sua plena exploração. Além disso, os clubes brasileiros continuavam a ter sérios problemas financeiros... Por outro lado a crise fiscal do Estado... e o advento da Nova República, apontavam para o declínio da tutela estatal sobre o futebol... era o momento de criar um novo ambiente... que permitisse aos clubes o salto definitivo para a “modernidade (PRONI, 2000, p.162)

⁸ O histórico completo pode ser visto em <http://www.palmeiras.com.br/> acessado em 10/02/2010.

Os ensinamentos de Proni (2000) ajudam a compreender a modernização inconclusa pela qual passou o futebol. A Lei Zico⁹, que surgiu durante um quadro de mudanças no que se refere à presença e influência do Estado nas entidades e práticas esportivas, propôs novos rumos e alternativas ao panorama do esporte.

Os pontos principais, segundo Proni (2000), são: a) regulamentar as novas formas comerciais no futebol; b) determinar a participação do setor nas loterias; c) revogar a "Lei do Passe" e apresentar uma alternativa de vínculo contratual aos atletas profissionais; d) redefinir mecanismos fiscalizadores, assim como a manutenção da autonomia de entidades esportivas e assegurar sua representatividade nos órgãos competentes.

Houve resistência de vários atores à aprovação da Lei Zico e à modernização do futebol, especialmente a "Lei do Passe", que só foi apresentada em 1998 (Lei Pelé).

Na busca de uma gestão profissional entrou em vigor a Lei Pelé¹⁰, que teve início com a criação do Clube dos Treze, em 1987, com o objetivo de flexibilização das relações de trabalho e contratuais. O fim do passe é resultado de um conjunto de mudanças na legislação e na estrutura administrativa do futebol, mas que não garantiu a plena liberdade de trabalho para os jogadores devido aos Decretos e Medidas Provisórias que buscam preservar os interesses dos dirigentes e empresários através do sistema de multas rescisórias e indenizações por formação e promoção do atleta, não sendo suficiente para modernizar os mecanismos de negociação e venda de jogadores (mercadorias).

Marx nos ensina que o produto resultante do trabalho de um produtor privado, que objetiva exclusivamente sua troca, é denominado mercadoria (MARX, 1985, cap. 1). Os jogadores - meninos iludidos com a ascensão social - podem ser considerados mercadorias produzidas pelas empresas (clubes) e comercializadas para a criação de espetáculos (jogos) mais competitivos e rentáveis.

Do ponto de vista do torcedor, a Lei chamada de Estatuto de Defesa do Torcedor¹¹ estabelece uma série de mudanças na organização do futebol. Entre elas, a de que a entidade responsável pela organização da competição, bem como a

⁹ Lei nº 8.672, de 6 de Julho de 1993, aprovada pelo Decreto nº 981, de 11 de novembro de 1993, revogada pela Lei nº 9.615, de 1998.

¹⁰ Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, aprovada pelo Decreto nº 2.574, de 29 de abril de 1998, revogada pelo Decreto nº 5.000, de 2004.

¹¹ Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003.

entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo são equiparadas ao fornecedor, enquanto os torcedores aos consumidores. Neste sentido, as relações passam a ser regidas pelo Código de Defesa do Consumidor – CDC¹².

O Estatuto interfere também na administração da entidade de prática desportiva, a exemplo do que já fazia a Lei Pelé, exigindo transparência financeira da entidade, bem como a abertura de um canal de comunicação direta com o torcedor.

Um item de fundamental importância, no qual o Estatuto de Defesa do Torcedor foi omissivo, refere-se às transmissões das partidas dos campeonatos pela TV aberta. Admitindo-se que o futebol integra o patrimônio cultural brasileiro, a regionalização dos seus jogos e campeonatos deveria ser incentivada, mas os interesses das emissoras e os contratos milionários envolvidos revelam-se como um dos nós cujo impasse ainda permanece.

A necessidade de mudanças organizacionais e de aumento das receitas dos clubes reconfigurou o futebol. A lógica do mercado passou a organizar os torneios e a própria finalidade das entidades, definindo novos parâmetros para o futebol-empresa.

As cifras milionárias que envolvem as transações de atletas, as receitas das transmissões de jogos pela televisão, o comércio da indústria de *marketing* e material esportivo, os preços dos ingressos vêm transformando o futebol brasileiro e mundial em espetáculos que, cada vez mais, se tornam um mercado lucrativo. O jogo de futebol transformou-se em um negócio e os clubes em empresas.

Concluimos que a difusão do futebol por vários países do mundo transformou-se num fenômeno cultural crescentemente praticado e assistido. A globalização da prática do esporte e a formação de uma rede mundial têm permitido a criação de vários produtos, como campeonatos e torneios, estimulando sua produção e consumo.

Parece óbvio que a modernização do futebol é particularmente determinada pelas novas práticas capitalistas, tornando-se um grande negócio como produto ou produtor, reforçando as relações de poder dos atores na organização e gestão do futebol.

¹² Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

1.2 Território do futebol

Buscando responder ao outro questionamento sobre a existência do território do futebol, nossa premissa inicial admite sua formação, pois o futebol, como não poderia deixar de ser, é uma prática presente no espaço e se desenrola num dado lugar, onde se estabelece o dia a dia de vários atores que nele atuam. Para Carlos:

O lugar concretiza as relações, e nesse patamar, se vislumbram as articulações contraditórias entre tempos diferenciados. O uso liga-se a idéia de identidade, que se constrói no lugar, através das relações que permitem o desenrolar da vida cotidiana. (CARLOS, 2004, p.86)

No caso do futebol, podemos considerar que o lugar para a prática, necessariamente, está ligado à identidade com o futebol, podendo ser este produto ou produtor desta identidade. Seja ele amador ou profissional, podemos identificar alguns elementos presentes no lugar das suas práticas. Senão vejamos:

Com relação à fronteira da área do jogo, esta pode ser identificada pelas linhas, sendo duas laterais e duas ao fundo, que demarcam a limitação do lugar no espaço. Nele também há a linha central que divide a área. Destacamos que estas podem ser visíveis, demarcadas nos lugares para suas práticas, ou imaginárias, presentes nas peladas¹³, definidas em muitos casos por quaisquer elementos presentes, podendo ser, por exemplo, uma árvore ou um poste.

Certo é que esta fronteira que delimita o lugar para a prática do futebol é fundamental e necessária, como condição *sine qua non* para que as regras do jogo possam ser cumpridas. Além disso, esta fronteira é um marco respeitado, durante o jogo, tanto pelos jogadores como torcedores, que não ousam transpô-lo, consagrando o lugar da prática do futebol como um “lugar sagrado”, formando um elo afetivo entre as pessoas e o lugar, como teoriza Tuan (1980) no conceito de topofilia. Para o autor o lugar é uma área que foi apropriada afetivamente, transformando um espaço indiferente em lugar.

Também Dubos enfatiza a relação existente entre as sensações e o mundo vivido, denominando de “espírito do lugar”, quando “queremos experimentar as satisfações sensoriais, emocionais e espirituais que somente podem ser

¹³ Penna (1998) assim definiu a pelada: “(1) partida sem lances técnicos, enfadonha. (2) jogo improvisado, em que os jogadores (crianças, adolescentes ou adultos) se apresentam, geralmente, sem uniforme, descalços podendo ter menos ou mais que onze jogadores.” Para este autor a definição de peladeiro (aquele que joga peladas) é a do “jogador que não obedece a esquemas táticos”. (PENNA, 1998, p.164).

conseguidas mediante uma interação íntima, ou melhor, uma real identificação com os lugares onde vivemos” (DUBOS, 1981, p. 96). As experiências vividas no futebol, seja pelos torcedores ou pelos praticantes, demonstram sentimentos de paixão por estes lugares.

Yázigi destaca a existência da “alma do lugar”, sendo que para o autor: “alma seria o que fica de melhor de um lugar e que por isso transcende o tempo”. O autor também aponta para uma interação das pessoas que nutrem sentimento pelo seu lugar de vivência, demonstrando que “há alma quando há paixão das gentes pelo lugar” (YÁZIGI, 2001, p.24).

O lugar onde é produzido o futebol demonstra existir este “espírito do lugar” e esta “alma dos lugares” que os autores sugerem, dada a paixão que leva, desde pequenos grupos de jogadores ou torcedores a praticarem ou assistirem uma pelada numa rua, praça ou campinho, até multidões a assistirem um jogo num estádio, criando um elo afetivo das pessoas com estes lugares.

Neste sentido, o texto de Humberto Butti¹⁴, jornalista e editor do portal Esporte Itapireense, ilustra as fronteiras da área do jogo do futebol, como também a afetividade criada com o lugar onde ele é praticado.

O campinho do parque

Sou de um tempo em que o Parque Infantil Narciso Pieroni ficava bem no coração do Parque Juca Mulato. Um tempo em que as crianças que freqüentavam o parquinho usavam uniformes listrados de forma vertical em azul e branco.

Lembro bem de quantas e quantas vezes eu fiquei ali, prostrado no alambrado que cercava o parquinho, apenas observando aquelas crianças uniformizadas brincando sob os olhares das professoras. Ficava ali apenas olhando o ir e vir daquelas crianças.

Era um tempo em que o Juca Mulato tinha árvores frondosas, a avenida dos Biris honrava o nome que tinha e o tempo custava a passar. Um tempo feliz para aquele menino magricela de orelhas grandes, que adorava jogar futebol no campinho do parque.

Lembro como se fosse hoje daquele campinho gramado que ficava onde hoje está o espaço reservado aos eventos culturais realizados no Parque Juca Mulato. Era um lugar mágico, principalmente para os garotos da minha rua, que não viam a hora de jogar naquele campinho.

A fila de espera era grande, tínhamos que aguardar nossa vez. Mas quando o dia chegava a ansiedade tomava conta de todos desde as primeiras horas da manhã.

Jogar naquele campinho era um sonho. Principalmente pra nós, acostumados a jogar no meio da rua de paralelepípedos, onde a champa do dedão do pé geralmente ficava grudada em uma pedra mais saliente.

O campinho do parque era bem cuidado, com a grama verde e as traves feitas em madeira pintada de verde escuro. Bem diferente do nosso campo improvisado na rua, com os gols demarcados por tijolos que muitas vezes

¹⁴ Disponível em http://humbertobutti.blogspot.com/2011/02/o-campinho-do-parque_23.html acessado em 24/02/2011.

eram esmagados pelas rodas dos carros que rodavam pelas ruas da cidade.

Ganhar do time do parquinho era difícil. De cada quatro confrontos a gente ganhava um. Mas, mesmo assim, pra nós era a glória máxima estar ali naquele lugar, poder desfrutar daqueles 30 ou 40 minutos e, ainda por cima, saborear o leite com chocolate que nos era servido no final do jogo.

Entrar na fila com as crianças que freqüentavam o parquinho e receber o copo de plástico cheio de leite com chocolate era a recompensa maior para nosso time. Fecho os olhos e ainda sinto o sabor daquele leite delicioso.

Como é bom relembrar tudo isso. Reviver aqueles momentos mágicos, visualizar o saudoso Jaú, responsável pelo timinho do parquinho, ou o 'seu' João, o zelador do parquinho.

Hoje, tudo isso já não existe mais. O parquinho há muito foi embora do Juca Mulato e só restaram as boas lembranças, revividas a cada manhã de domingo, quando vou àquele local para que minha pequena Mariane possa desfrutar de bons momentos no pula-pula ou na piscina de bolinhas.

É o momento em que relembro todos os detalhes de um tempo que não volta mais, mas que ficou guardado em meu baú de memórias. Um tempo mágico, capaz de me fazer viajar pelo túnel do tempo para reviver momentos tão significativos em minha existência. (BUTTI, 2011, s.p.)

A existência de estruturas para sua prática, das mais simples, de terra, às mais sofisticadas, permite que o futebol seja praticado em todo o mundo, seja de forma lúdica ou profissional. Entretanto, temos que admitir que o campo de futebol público – “o campinho”, atualmente, vem perdendo espaço, especialmente nos grandes centros, pois está sendo substituído por espaços privados de grama sintética e escolinhas de futebol, comercializados por empresários que exploram os espaços e o esporte comercialmente (MASCARENHAS, 1998). Também podemos considerar que a especulação imobiliária tem estimulado a valorização fundiária, e estes espaços, antes reservados ao futebol, vêm apresentando outros usos, o que pode levar, em alguns casos, à diminuição da prática do futebol, especialmente de forma lúdica.

A citação de Mascarenhas apresenta a importância do espaço para a prática do futebol.

Em cada pequena aglomeração humana, mesmo nas mais desabitadas regiões, há dois objetos na paisagem a caracterizar o nosso ecúmeno: uma pequena igreja e um campinho de futebol. Costuma-se dizer que a igreja pode até faltar (pois haverá sempre aquela outra do povoado mais próximo), mas o campinho, não. (MASCARENHAS, 1998, não paginado.)

Observamos também que a prática do futebol admite espaços originalmente destinados a outras funções, mas que, durante um tempo limitado, se transformam em lugares para os jogos. São exemplos ruas, praças, parques, entre outros, que se

destinam ao trânsito de pessoas e automóveis, mas durante o jogo sua função é alterada para permitir exclusivamente a prática esportiva informal.

Fig 1 – Futebol na praça



autor: Caio Vilela¹⁵

A figura ilustra não só a apropriação do espaço pelo futebol, como demonstra sua difusão entre os povos árabes, que não apresentam tradição na prática do esporte, mas onde ele também pode e é praticado.

O futebol também é capaz de gerar objetos marcantes na paisagem, sendo os estádios dotados de notável centralidade funcional e simbólica, especialmente na paisagem urbana. Mascarenhas reforça esta afirmação.

Tais objetos, além de se apresentarem freqüentemente como paisagem durável (decorrente do grande investimento necessário para edificação) e ampla visibilidade (decorrente do porte físico), podem ainda constituir importante centralidade física e simbólica no interior do espaço urbano. Os grandes estádios, por exemplo, são planejados de forma a facilitar o grande afluxo de espectadores em dias de importantes eventos, quando o longo silêncio das estruturas de concreto armado cede lugar ao delírio da multidão. Desta maneira, tendem a se inserir em áreas bem servidas de meios e vias de transporte, ou ainda, segundo tendência mais recente, localizar-se fora da área mais densamente urbanizada, de modo que o próprio equipamento crie a demanda de investimentos de melhoria da acessibilidade. Neste caso, não diferem de outros grandes objetos geográficos detentores de poder de reorganizar a base territorial circundante, como os modernos *shopping centers*. (MASCARENHAS, 1999, não paginado)

No Brasil, o estádio Mario Filho, o Maracanã, construído em 1950, para ser uma das sedes da primeira Copa do Mundo de Futebol após a 2^a. Guerra, foi considerado o maior templo de aço e concreto erguido para celebrar esse esporte. Um lugar que traduziu a relação de amor e ódio que os brasileiros têm com seus

¹⁵ Vilela, Caio. Futebol sem Fronteiras. São Paulo: Panda, 2009

craques, clubes e seleções, refletindo as frustrações e alegrias proporcionadas pelo esporte¹⁶.

Santos (1997) nos ensina que a paisagem é a instância visível do espaço geográfico. Contudo, não é composta apenas por volumes, mas também cores, movimentos, sons, odores etc. Além da própria exuberância da edificação, outros elementos tornam-se bastante visíveis, especialmente em dias de jogos, no entorno dos estádios. São exemplos o colorido dos varais de vendas de camisetas e bandeiras, os odores produzidos pela comida comercializada pelos ambulantes, os hinos e gritos das torcidas, entre outros, compondo a paisagem onde o futebol se insere.

Mesmo admitindo-se um estádio como um espaço previamente pensado para receber somente jogos de futebol, este pode ser utilizado como arena para outros usos, desde *shows*, encontros religiosos, comícios, entre outros, visto que se trata de um espaço amplo que pode abrigar multidões.

A título de exemplo, lembremos que os estádios, no Brasil, no período do Estado Novo, já foram palco para manifestações políticas e cívicas organizadas pelo governo, e neles ecoou a popular frase de Vargas “Trabalhadores do Brasil!”, utilizada na abertura dos seus discursos.

Recentemente, os estádios têm abrigado *shows* nacionais e internacionais, levando multidões para os espetáculos. Estas locações têm garantido significativas receitas aos estádios, a ponto de termos identificado casos em que o futebol foi preterido e deslocado para outros espaços, para que os estádios pudessem atender a estas demandas.

Além dos espaços para prática do futebol, também podemos considerar que a identidade com o futebol se apresenta em espaços destinados ao torcedor, que vão além dos estádios. As praças com seus telões, bares, cinemas, entre outros, configuram-se como espaços onde é possível observar a identidade das pessoas com o futebol.

Apresentadas algumas considerações sobre o lugar e espaço onde o futebol é produzido, buscamos fundamentar a existência do território do futebol, através da contribuição de Santos:

¹⁶ Um histórico completo do estádio pode ser encontrado em <http://www.suderj.rj.gov.br/maracana.asp> acessado em 23/11/2010

.....o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é a base do trabalho, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi (SANTOS, 2000, p. 96).

O conceito do autor nos permite admitir que a identidade com o futebol, o sentimento de pertencer a ele e ele a nós, ligado aos muitos lugares onde ele pode ser praticado, justificam a existência do território do futebol. Num exercício dialético, podemos entender que a construção do território do futebol produz a identidade e a identidade com o futebol produz seu território.

Igualmente importantes são as contribuições de Raffestin, para entendermos a formação desse território.

[...]É essencial compreender bem que o espaço é anterior ao território. O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente [...] o ator "territorializa" o espaço. (RAFFESTIN, 1993, p.143-144)

[...] o território se apóia no espaço, mas não é o espaço, é uma produção a partir do espaço. Ora, a produção, por causa de todas as relações que envolvem, se inscreve num campo de poder (RAFFESTIN, 1993, p.143-144)

Estes conceitos contribuem para distinguir a diferença entre o que é o lugar ou espaço do futebol e o território do futebol. A existência de relações de poder exercidas pelos atores sociais que atuam nestes lugares e espaços da prática do futebol sustenta nossa tese.

Em relação ao poder, podemos admitir a existência de atores que, direta e indiretamente, atuam no território do futebol, além daqueles que participam dentro dos limites da área para sua prática e fora desta.

Na área do jogo, limitada pelas fronteiras, atuam os jogadores e árbitros, principais e auxiliares, sendo estes também guardiães das linhas; além destas fronteiras, mas em área reservada, os jogadores na reserva e comissão técnica (técnico, treinadores, equipe médica); e em área separada os torcedores. Outros atores podem estar presentes dependendo da importância dos jogos, por exemplo, jornalistas e comentaristas esportivos, empresas patrocinadoras, entre outros. Assim, as fronteiras do território do futebol se expandem para além da fronteira da área do jogo.

Na prática do futebol podemos identificar uma aparente igualdade das relações de poder que se estabelecem pelo próprio jogo, visto que o número de

jogadores e as regras estabelecidas são iguais para todos. Dentro do espaço como limites, existe a linha central como divisão dos “campos de batalha”. No entanto, a relação de poder de um time sobre o outro se estabelece partindo do objetivo do jogo (gol), que é instituir uma soberania de um time sobre o outro, com a conquista da vitória.

Analogicamente, tal qual uma guerra, onde os guerreiros com estratégias de ataques buscam derrotar seus inimigos e conquistar novos territórios para ampliar seus limites, no território do futebol o objetivo de um time é invadir o espaço do time adversário e, com estratégias de ataque, penetrar a defesa e demonstrar seu poder com a realização do gol e conquista da vitória.

Também é possível identificar relações de poder entre os torcedores (consumidores dos espetáculos), como o poder que pode ser exercido com a presença maior ou menor da torcida num jogo de futebol, incentivando os jogadores, representando uma disputa demonstrada pelos gritos de guerra, pela ostentação do escudo dos times, de faixas e outros adereços, numa manifestação de forças.

Expressões populares comumente escutadas nos estádios, e entre os comentaristas e locutores do futebol, demonstram a presença de um vocabulário bélico para analisar jogadas como, por exemplo: tiro livre, bomba, canhão, petardo, mata-mata, invasão de campo, atacantes, entre outros. Gritos de guerras das torcidas representam, igualmente, estas manifestações, como por exemplo o da torcida do Sport Club Corinthians, “Sou da Gaviões eu sou, vou dar porrada eu vou, e ninguém vai me segurar, nem a P.M...”, o que reforça este ambiente belicoso no território do futebol e apresenta a demonstração de forças entre torcedores.

Além do poder dos jogadores e torcedores, admitimos a existência de poder de outros atores na organização e gestão do futebol, como será descrito mais adiante.

Haesbaert (2004) apresenta uma contribuição para melhor compreendermos o conceito de território partindo de uma visão integradora, que enfatiza os aspectos político, econômico e simbólico, e onde é possível compreender o que hoje vem a ser a complexidade do território e, em particular, do território do futebol.

O autor apresenta aspectos do estudo do território que são fundamentais para a discussão, com base em três vertentes, podendo ser assim resumidas: 1) política, na qual o território é visto como um espaço delimitado e controlado sobre o qual se exerce determinado poder; 2) simbólica, onde o espaço passa a ser concebido pelos

aspectos culturais, e o território é produto da apropriação subjetiva do imaginário; 3) econômica, se enfatizam as relações econômicas, o território é visto como fonte de recursos no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho. (HAESBAERT, 2004, p.79).

A afirmação da existência do território do futebol se apóia nas três vertentes. Na primeira vertente, do ponto de vista político, o espaço do futebol é delimitado e controlado e sobre ele incide o poder de vários atores, a depender de ser uma prática lúdica ou profissional. Como o recorte deste trabalho está no futebol profissional, destacamos o poder hegemônico da FIFA, que controla toda a prática profissional do esporte no mundo, através das confederações regionais, federações nacionais e estaduais e clubes onde atuam os atletas. A difusão da organização da entidade por todos os continentes e vários países, a obediência às suas leis e regulamentos, o poder de movimentar bilhões de dólares em todo o mundo conferem a ela um poder soberano no território do futebol.

A FIFA é uma corporação com atuação em 208 países, superior aos 192 que compõem a Organização das Nações Unidas – ONU, envolvendo 200 milhões de jogadores em atividade, com enorme poder de influência política e econômica¹⁷. Todos devem seguir seu estatuto, que a define, em seu capítulo I – Cláusula de Interpretação – art 1º, como sendo “...uma associação de acordo com o art. 60 do Código Civil Suíço.” *

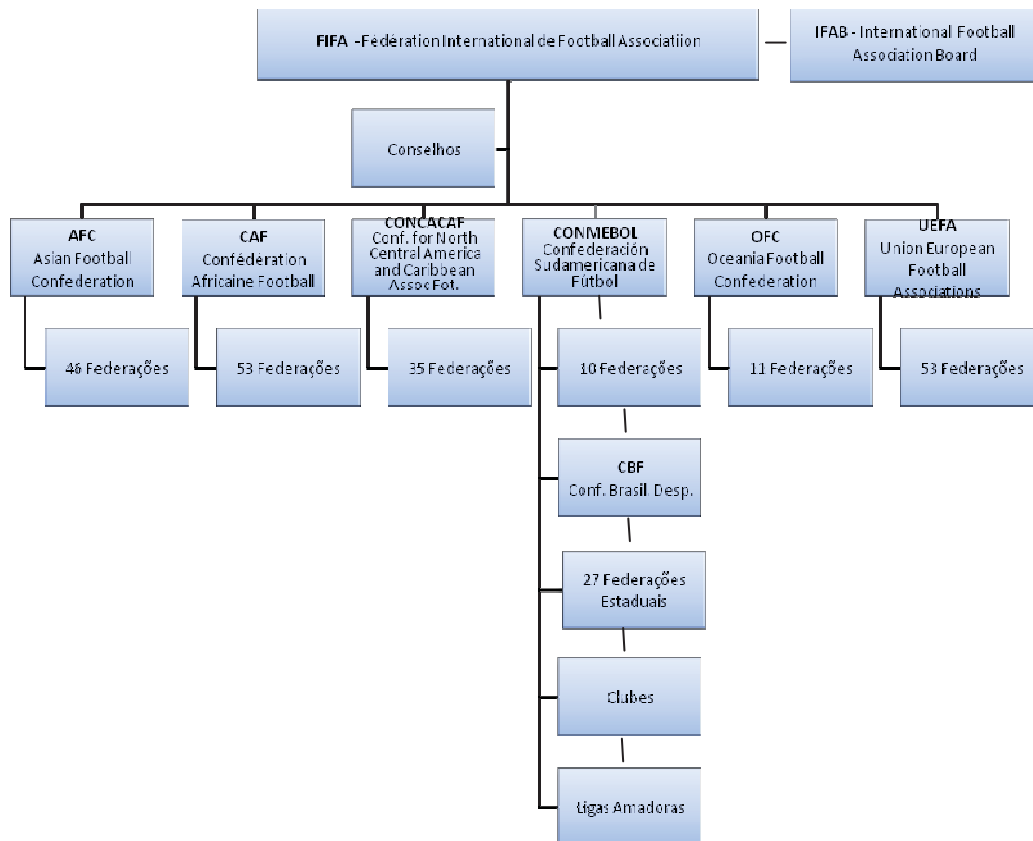
*Artigo 60 do Código Civil Suíço – Associações que tiverem objetivo político, religioso, científico, artístico, de caridade, social, ou qualquer outro além do industrial, adquirem o status de pessoa assim que mostrarem através das suas constituições suas intenções de existirem como corporação. A constituição deve ser redigida por escrito e deve determinar o propósito, o capital e a organização da sociedade.¹⁸

Ainda segundo seu estatuto, em todos os países onde existe a prática profissional do esporte estes devem estar filiados, além da FIFA, às confederações regionais. A saber: Asiática (AFC); Africana (CAF); da América do Sul (CONMEBOL); Européia (UEFA); da Oceania (OFC); da América do Norte, Central e do Caribe (CONCACAF), formando uma rede em todo o mundo, conforme apresentado na figura 2. O Estatuto da FIFA reza, no artigo 9º., capítulo III – Quadros dos associados – que “os estatutos e os regulamentos das confederações devem ser submetidos à aprovação do Comitê Executivo FIFA”.

¹⁷ disponível em www.pt.fifa.com acessado em 15/03/2010

¹⁸ O Estatuto completo pode ser visto em www.pt.fifa.com, acessado em 15/03/2010

Fig. 2 – FIFA e Confederações



Fonte: FIFA e CBF organização: própria

O futebol apresenta uma rede espacial mundial, pois está presente em todos os continentes, e é dividido regionalmente, com atuação nas escalas geográficas que vão do local ao global, como pode ser observado na figura 3.

Fig. 3 - Rede espacial mundial do futebol



Fonte: FIFA e CBF autoria própria

Isto confere à FIFA grande poder sobre vários atores, desde atletas, clubes, associações, agentes, empresas, entre outros, conforme assevera Damo.

Na medida em que [a Fifa] detém o monopólio sobre o espetáculo, deixa aos futebolistas opções restritas de mercado para além dos clubes que participam do circuito por ela agenciado. As possibilidades de atuação ou, preferindo-se, de remunerar o capital futebolístico, são limitadas, ainda que exista uma intensa circulação desses profissionais (...) a circulação intensa (sendo as equipes brasileiras renovadas praticamente ano a ano) e extensa, em escala planetária, é característica do atual estágio de desenvolvimento do futebol de espetáculo, sendo o mercado incompreensível se não for pensado a partir do monopólio exercido pela Fifa e sua cadeia de agências continentais, nacionais e regionais (DAMO, 2005 p. 177).

Sobre o poder que a FIFA exerce no território do futebol, admitimos tratar-se de uma corporação internacional, com grande escala de operações. Enquanto poder executivo, ela atua na organização e produção do futebol, uma vez que também organiza vários campeonatos. Entre eles destacamos: Copa do Mundo de Clubes, Copa do Mundo sub 20, Torneio Olímpico da Juventude, Copa do Mundo Beach Soccer, Torneio Juvenil, Copa das Confederações, Torneio Olímpico de Futebol, Copa do Mundo de Futsal e a Copa do Mundo de Futebol, além dos torneios femininos. Para isso a entidade conta com um conjunto de parceiros (Adidas, Coca-Cola, Hyundai/Kia, Emirates, Sony e Visa) e patrocinadores dos eventos que organiza, movimentando bilhões de dólares em receita. Como exemplo, citamos os patrocinadores FIFA da Copa do Mundo de Futebol: Budweiser, Castrol, Continental, Mc Donald's, Oi, Seara e Yngli Solar.

Como podemos observar, seus parceiros são corporações internacionais com atuação em vários países. Suas operações de parceria ou patrocínio são movidas por interesses, devido à publicidade que os eventos da FIFA podem oferecer a estas empresas, tratadas como “Afiliados Comerciais”, com privilégios de interesses comerciais, como será tratado no capítulo III.

Apenas como ilustração, citamos aqui a parceria da FIFA com a Hyundai-Kia. Segundo o Futebol Finance, *site* especializado em finanças do futebol, a entidade renovou o contrato com a Hyundai-Kia, patrocinador oficial da FIFA, por mais 12 anos, até 2022, no valor total de cerca de 215 milhões de euros, cerca de 18 milhões de euros por temporada.¹⁹

¹⁹ O artigo completo poder ser visto em <http://www.futebolfinance.com/os-10-maiores-negocios-de-novembro-2010>. acessado em 10/11/2010

Além da sua atuação como organizadora de eventos futebolísticos, a entidade atua também como poder judiciário. Para ilustrar o exposto, citamos o exemplo do próprio estatuto, que apresenta no seu artigo 39: “Fazem parte do Poder Judiciário da FIFA: a Comissão Disciplinar; a Comissão de Apelação”.²⁰

Com relação ao trabalho, todo atleta profissional deve estar necessariamente filiado a uma federação de futebol, que obrigatoriamente deve estar filiada à FIFA para poder atuar. Assim ela gerencia todos os contratos de trabalho.

Por força de lei, todas as transações entre os atletas devem ser feitas por um agente credenciado nas federações, junto à FIFA, sendo este a pessoa que intermedia negociações entre atletas profissionais e clubes. No Brasil a Lei nº 9.615/1998²¹, no seu artigo 34, inciso I, reza que o contrato do atleta profissional de futebol deverá obrigatoriamente ser registrado na entidade de administração nacional do futebol, no caso a CBF, e também na Federação Regional. Os litígios dos contratos, no que diz respeito especificamente às transações entre os atletas, devem ser julgados pela entidade local. No caso do Brasil, por exemplo, a CBF, ligada à FIFA, ou se for internacional, pelas câmaras arbitrais da própria FIFA.

A Câmara de Resolução de Disputas – CRD - é um tribunal esportivo, com sede em Zurique (Suíça), dentro da FIFA, com jurisdição sobre os campeonatos organizados pela FIFA e disputas contratuais internacionais que envolvem jogadores e clubes. Nestes casos de litígio de contratos não há como recorrer à justiça comum, posto que a hipossuficiência do atleta, quanto à obrigatoriedade de adesão à cláusula contratual que elege o foro do Superior Tribunal da Justiça Desportiva da CBF como uma câmara arbitral, elimina a possibilidade de o litigante usufruir do privilégio de escolha de foro e, conseqüentemente, das leis que possam beneficiá-lo. Em tese, isto estabelece uma soberania da FIFA que se sobrepõe às legislações internas dos países.

Desta forma, emerge de forma cristalina a hegemonia hierárquica das regras da FIFA sobre as demais, o que evidencia seu poder regulamentador na práxis do esporte.

²⁰ O estatuto completo pode ser visto em http://itabi.infonet.com.br/fsf/images/legislacao/estatuto_fifa.pdf acessado em 15/03/2010

²¹ A Lei nº 9.615/1998 também é conhecida como lei Pelé – disponível em www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9615consol.htm (lei Pelé) acessado em 30/5/ 2009

Em relação ao poder legislativo, citamos como exemplo o disposto no seu estatuto²². No “art. 10. O Congresso é o poder legislativo da FIFA e, como tal, a suprema autoridade”, também no “art. 15. Somente o Congresso pode alterar o estatuto, os regulamentos que regem a aplicação dos estatutos e os regulamentos do Congresso da FIFA”. Outro artigo que fundamenta seu caráter legislador é o “art. 34. Cabe à Comissão do Status do Jogador investigar e decidir sobre as disputas de transferência submetidas à FIFA conforme as cláusulas especiais que regulam esse assunto”. Em relação a isso devem ser impostas, diretamente aos clubes, delegados, membros, técnicos, jogadores ou agentes de jogadores, as seguintes sanções: advertência, repreensão, multa, interdição, suspensão.

Com base no exposto, é possível considerar a FIFA como um ator hegemônico no território do futebol, organizada para a expansão dos negócios do futebol, vertical e horizontalmente, atuando como centralizadora dos poderes executivo, judiciário e legislativo.

A atuação da entidade sempre foi alvo de denúncias sobre desvio de dinheiro, fraudes, suborno, corrupção, entre outros. Andrew Jennings é um jornalista escocês que trabalha, atualmente, na TV BBC de Londres. Conhecido por seu jornalismo investigativo, sobretudo no meio esportivo, é autor do livro “Foul! The Secret World of Fifa”, onde revela de que forma João Havelange alcançou a presidência da entidade ainda nos anos 70 e como fez para transformar o futebol num negócio extremamente rentável. Além do livro o jornalista mantém seu *site* www.transparencyinsport.org com várias informações sobre suas investigações.

Apresentamos, de forma resumida, o conteúdo da sua entrevista concedida ao Jornal O Estado de S. Paulo²³, em 27 de junho de 2010, durante visita ao Brasil, como palestrante do 5º. Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo. Segundo o jornalista, a FIFA é comandada por um pequeno grupo de homens que podem continuar no poder porque controlam o dinheiro. Numa democracia é esperado que haja discordância, oposição. Na FIFA, não há. Eles têm um congresso a que, ironicamente, chamam de parlamento. Os instrumentos que a FIFA usa para manter esse poder é dar cerca de US\$ 250 mil por ano para cada país investir em futebol. Esse dinheiro nunca é auditado. Na Suíça, a propina comercial não era ilegal até pouco tempo, apenas o suborno de oficiais do governo. Sempre haverá um

²² Disponível em www.pt.fifa.com acessado em 15/03/2010

²³ Disponível em www.estadao.com.br acessado em 27/6/ 2010

nível de roubalheira em todos os escalões. Mas a pior corrupção está na liderança mundial. Quase todos os países assinam tratados internacionais anticorrupção, mas não fazem nada quanto aos desmandos da FIFA. E, quando algum governante tenta ir atrás de dirigentes de futebol corruptos, a FIFA ameaça suspender o país.

Destacamos ainda que, desde sua fundação, em 107 anos de existência, a entidade teve apenas 8 presidentes, sendo que 3 deles ficaram no poder por mais de 70 anos, com destaque para João Havelange, que a presidiu por 24 anos. Ainda que no seu estatuto estejam previstas eleições, estas evidências demonstram o poder de ditadura dos seus presidentes. Somente como comparação, durante o mesmo período os Estados Unidos tiveram 18 presidentes e o Brasil 21²⁴.

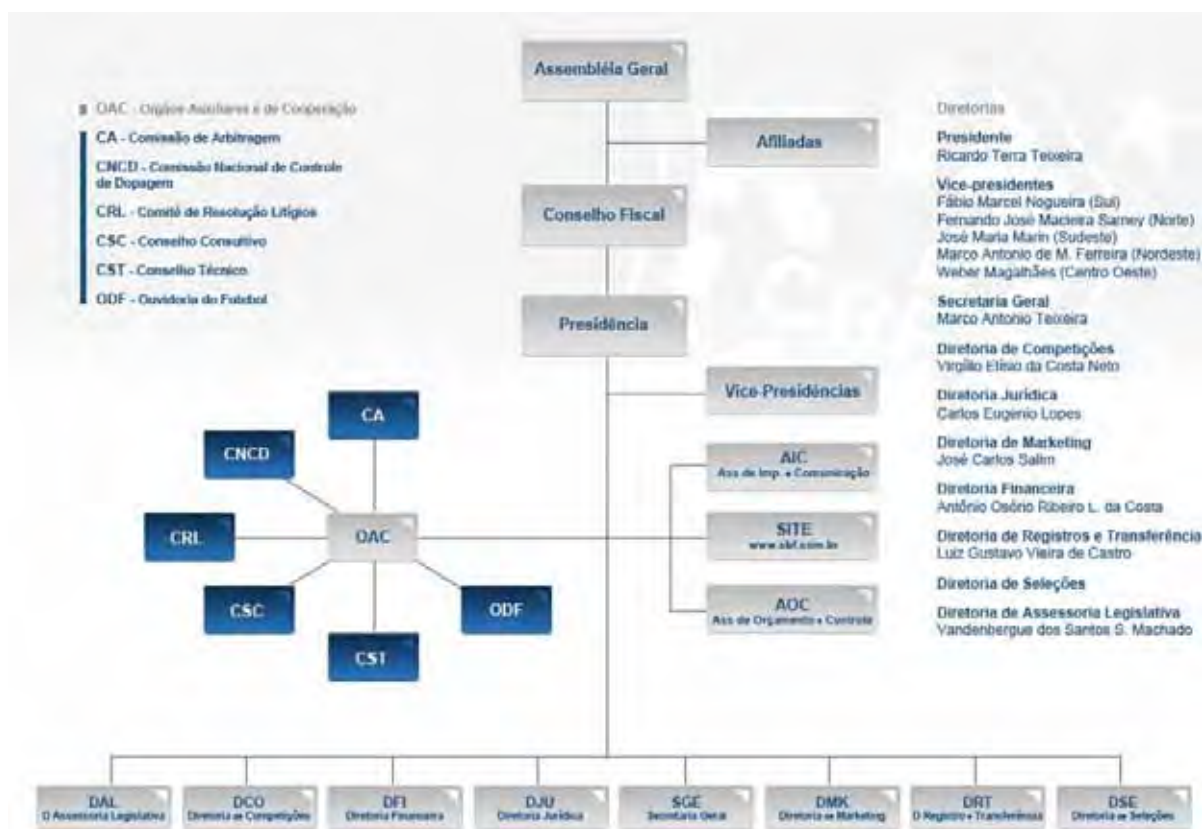
A demonstração da hegemonia da FIFA no território do futebol merece destaque, pois sua atuação, especialmente nos países que sediam a Copa do Mundo FIFA, pode ofender a soberania destes, como no caso do Brasil, como veremos nos próximos capítulos.

No Brasil este poder hegemônico também pode ser observado na atuação da Confederação Brasileira de Futebol - CBF. A prática esportiva profissional do futebol se inicia nas ligas e nos clubes, que devem estar necessariamente associados a uma federação estadual e à confederação de futebol do país. A CBF é a entidade máxima de representação do futebol no país, que conta com a filiação das 27 federações, representando cada um dos estados do país. A saber: Federação de Futebol do Acre, Federação Alagoana de Futebol, Federação Amapaense de Futebol, Federação Amazonense de Futebol, Federação Bahiana de Futebol, Federação Brasiliense de Futebol, Federação Cearense de Futebol, Federação de Futebol do Espírito Santo, Federação Goiana de Futebol, Federação Maranhense de Futebol, Federação Matogrossense de Futebol, Federação de Futebol do Mato Grosso do Sul, Federação Mineira de Futebol, Federação Paraense de Futebol, Federação Paraibana de Futebol, Federação Paranaense de Futebol, Federação Pernambucana de Futebol, Federação de Futebol do Piauí, Federação de Futebol do Estado do Rio de Janeiro, Federação Gaúcha de Futebol, Federação Norte Rio Grandense de Futebol, Federação de Futebol do Estado de Rondônia, Federação Roraimense de Futebol, Federação Catarinense de Futebol, Federação Paulista de Futebol, Federação Sergipana de Futebol e Federação Tocantinense de Futebol.

²⁴ Não estamos considerando os presidentes que não tomaram posse

A estrutura interna da CBF apresenta-se assim configurada²⁵:

Fig. 4 - Estrutura da CBF



Fonte: CBF

Quanto ao poder judiciário, embora o Superior Tribunal de Justiça Desportiva não esteja apresentado na figura acima, podemos identificá-lo entre os Órgãos Auxiliares de Cooperação – OAC, destacado no centro do diagrama.

A conclusão do artigo científico²⁶ intitulado “Natureza Jurídica do STJD da CBF e Seus Reflexos”, elaborado por Piraci U. Oliveira Jr²⁷, ajuda a fortalecer nossa observação inicial, pois o autor apresenta com clareza a natureza associativa da CBF e do Superior Tribunal de Justiça Desportiva a ela ligado.

1. A CBF é uma entidade associativa, primeiramente regida pelo artigo 20 do Código Civil de Bevilacqua e, ulterior artigo 53;
2. Na medida em que VEDA expressamente a ingerência do Poder Público, jamais poderia ser enquadrada como uma *autarquia*, ou ainda, como no combatido parecer, algo *mais autárquico do que associativo*, como se esta modalidade societária existisse;

²⁵ Disponível www.cbf.com.br acessado em 26/05/2011

²⁶ O artigo completo encontra-se disponível em http://www.piraci.com.br/artigos/STJD-Natureza_Juridica.pdf acessado em 26/05/2011

²⁷ Advogado, Contabilista, Especialista em Direito Internacional; Pós-Graduado em Direito do Trabalho, MBA em Direito Empresarial; Mestrando em Direito Constitucional, Diretor Jurídico e Ouvidor da Sociedade Esportiva Palmeiras.

3. O Estatuto da CBF traz o nascimento e regulamentação do STJD nos parágrafos do artigo 15;
4. Pelo emprego do método teleológico de interpretação legal, claro está que não se trata de uma “outra” entidade, mas sim de um *departamento* da confederação, com autonomia e independência, mas não societariamente indissociável;
5. Ainda quando figure no pólo passivo, o STJD não se faz compor demandas, sendo certo que a CBF assume e defende seus interesses;
6. O texto regulamentador do órgão máximo do futebol no mundo (FIFA), determina claramente que as Comissões Disciplinares serão constituídas *intra murus*, sendo certo que sequer haveria a possibilidade de os tribunais serem formados de forma autônoma (no campo societário);
7. Logo, o STJD faz parte da CBF, sendo, obviamente – para fins societários - uma “associação”;
8. Por consequência última, ainda que não remunerados, os magistrados não poderiam, sob hipótese alguma, fazer parte do órgão julgador.

Tal qual a configuração da FIFA, cuja atuação se dá em escala global, a CBF, em escala nacional, também congrega os poderes judiciário, legislativo e executivo, atuando como um ator hegemônico no território do futebol brasileiro.

O território do futebol tem a característica de ser pouco democrático. Uma cúpula político-gerencial, que comanda a FIFA e, no Brasil, a CBF, encontra formas de concentrar grandes recursos financeiros que lhe permitem deter o monopólio do poder decisório, exercer um controle fechado e vigilância sobre a totalidade dos seus membros. A rede é a massa de manobra dessa cúpula para seu projeto de expansão do domínio territorial. Acreditamos que a alteração desta configuração somente será possível a partir da geração interna de disputa entre as redes.

Na segunda vertente sugerida por Haesbaert, a vertente simbólica, os símbolos no futebol, sua formação e afirmação, são construídos através das memórias individuais e coletivas, como apropriação de poder, que reforçam as identidades sociais, patrimônios culturais materiais e imateriais. Configuram-se como singularidades marcantes para um time ou seleção de um país, podendo ser considerados como “símbolos sagrados”. São exemplos hinos, flâmulas, bandeiras, mascotes, uniformes, logomarcas, entre outros.

No Brasil, o futebol é um dos elementos de grande relevância no patrimônio cultural, conforme apresentado anteriormente. Dada sua importância, está garantido pela Lei Pelé 9615/98, alterada pela Lei 10672/03, no artigo 4º, § 2º, “A organização desportiva do País, fundada na liberdade de associação, integra o patrimônio cultural brasileiro e é considerada de elevado interesse social...”.

É oportuno destacar que, embora o caput do art. 1º do Estatuto da CBF defina-a como uma “associação de direito privado, de caráter desportivo, dirigente

do futebol brasileiro” [grifo nosso], por corolário entendemos que a entidade se apresenta como a dirigente deste patrimônio cultural. Também o mesmo artigo no parágrafo 1º. diz:

A CBF, amparada no inciso I do art. 217 da Constituição Federal e nos termos da Legislação Desportiva federal, goza de peculiar autonomia quanto à sua organização e funcionamento, não estando sujeita a ingerência ou interferência estatal, a teor dos dispostos nos incisos XVII e XVIII do art. - 5º da Constituição Federal.²⁸ [grifo nosso]

No entanto, a Lei Complementar nº. 75 dispõe sobre a organização, as atribuições e o estatuto do Ministério Público da União, no seu art. 5º: “são funções institucionais do Ministério Público da União: II - zelar pela observância dos princípios constitucionais relativos: c) o patrimônio cultural brasileiro”. [grifo nosso]

Neste sentido, entendemos como oportuno e pertinente a atuação do Ministério Público no território do futebol, zelando pelo interesse público deste, como patrimônio cultural brasileiro. (este tema será retomado no capítulo III). O destaque destas considerações jurídicas se faz oportuno, tendo em vista a falta de democracia e transparência demonstrada pela CBF e o fato de que a entidade acumula a presidência do Comitê Organizador Local (COL) da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil.

Os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) sobre a parceria CBF-Nike, que ocorreram em 2001, efetivamente não produziram as garantias de que o futebol brasileiro receba o tratamento de patrimônio cultural²⁹.

Segundo o deputado federal e ex-relator da CPI, Silvio Torres³⁰ (PSDB-SP), o relatório foi encaminhado ao Ministério Público para investigações. Entretanto, passados 10 anos, o presidente da entidade continua sendo o Sr Ricardo Teixeira e

²⁸ Constituição Federal 1988- TÍTULO II - Dos Direitos e Garantias Fundamentais
CAPÍTULO I - DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

Seção III - DO DESPORTO

Art. 217. É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um, observados:

I - a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto a sua organização e funcionamento;

²⁹ Uma análise completa do contrato CBF NIKE pode ser vista em

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/viewFile/5923/5436>

³⁰ http://silviorres.com.br/home/imagens/trabalho%20dep%20_brasilia%202006.pdf. Acesso em 20/03/2010

o futebol brasileiro continua sendo tratado como um grande negócio, que atende aos interesses econômicos dos seus gestores.

Efetivamente, os resultados da CPI resultaram na publicação do livro “CBF/Nike - as investigações da CPI do Futebol desvendam o lado oculto dos grandes negócios da cartolagem”, de Aldo Rebelo e Silvio Torres, pela editora Casa Amarela, 2001, cuja circulação foi proibida por liminar imposta pelo Sr. Ricardo Teixeira.

Na terceira vertente, do ponto de vista econômico o território do futebol caracteriza-se pela relação capital-trabalho existente nele, explicada pelo futebol como produtor que gera várias possibilidades de emprego e renda, não só para os atletas na sua prática, mas para uma cadeia de profissionais que lhe dão suporte. Bilhões de dólares são movimentados, anualmente, na “indústria do futebol”.

O futebol sugere várias análises econômicas, para entendermos sua importância e grandeza. Pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas –FGV- apresenta no relatório final do Plano de Modernização do Futebol Brasileiro (2000)³¹, que inclui os agentes diretos, como clubes e federações, e indiretos, como indústrias de equipamentos esportivos e a mídia, que o futebol mundial movimenta, em média, cerca de 250 bilhões de dólares anuais. No Brasil, dados desse mesmo relatório mostram que o futebol é uma atividade econômica com grande capacidade de gerar empregos, e tem efeito multiplicador maior que vários setores tradicionais, contabilizando: 300 mil empregos diretos; 30 milhões de praticantes (formais e não formais) e 580 mil participantes em 13 mil times que participam de jogos organizados (esporte formal). Ainda neste capítulo, na apresentação sobre as condições de produção do futebol brasileiro, este assunto será aprofundado.

Haesbaert (2004) apresenta classificações para os territórios em escalas diferentes: a) *territorializações mais fechadas*, caracterizadas pela uniterritorialidade, onde pouco ou nada se admite de diversidade de poderes e identidade; b) *territorializações tradicionais*, marcadas pela homogeneidade interna através de uma identidade nacional; c) *territorializações mais flexíveis*, que permitem a multifuncionalidade territorial como o caso das grandes metrópoles, onde se observam diversos territórios num mesmo espaço; d) *territorializações efetivamente*

³¹ RELATÓRIO FINAL DO PLANO DE MODERNIZAÇÃO DO FUTEBOL BRASILEIRO. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas e Confederação Brasileira de Futebol, 2000.

múltiplas, resultantes da combinação particular de controles, concretizada pelos territórios individuais ou de grupos.

Identificamos o território do futebol em três destas classificações propostas pelo autor. Quanto à prática profissional, entendemos o território do futebol como uma territorialização fechada, onde o poder está concentrado na FIFA, suas 6 confederações e federações, admitindo pouca participação no território do futebol, fora da hegemonia deste atores. Na prática lúdica, este poder encontra-se mais difuso, expresso pelas lideranças espontâneas que organizam o território, demarcando suas fronteiras e organizando as equipes. No entanto, as regras para a prática do jogo são as mesmas e devem ser igualmente respeitadas.

No caso do Brasil, identificamos o território do futebol também como uma territorialização tradicional, marcada pela identidade do brasileiro com o futebol, podendo o mesmo ser considerado como patrimônio cultural brasileiro.

Na terceira classificação, segundo a qual um mesmo espaço para prática do esporte pode suportar outros territórios, podemos colocar como exemplo o território do futebol que se estabelece no território das favelas, ambos no mesmo espaço.

Outra classificação de Haesbaert amplia a possibilidade de entendimento das relações entre os territórios. Em escala global, Haesbaert apresenta o conceito de multiterritorialidade como sendo:

[...] a forma dominante, contemporânea ou “pós-moderna” da reterritorialização – consequência do capitalismo pós-fordista da acumulação flexível, das relações sociais construídas através dos territórios-rede – sobrepostos e descontínuos. (HAESBAERT, 2004, p.338)

No futebol, essa multiplicidade de territórios se concretiza por meio da concepção de uma sociedade de redes que permite interligar as várias formas da reprodução das relações sociais nestes territórios. Desse modo, o território do futebol se produz e reproduz pela interação dos territórios-rede, onde se cruzam as diversas manifestações territoriais.

Dias complementa que a rede apresenta a propriedade de conexidade, isto é, através da conexão de seus nós ela, simultaneamente, tem a potencialidade de solidarizar ou de excluir, de promover a ordem e a desordem. Além disso, ela destaca que a rede é uma forma particular de organização, e no âmbito dos processos de integração, de desintegração e de exclusão espacial ela “aparece como instrumento que viabiliza (...) duas estratégias: circular e comunicar”. (DIAS 1995, p.147)

No Brasil, o território do futebol estabelece esta rede organizada a partir das representações dadas pelas federações de todos os estados e do Distrito Federal pelo país; dos clubes espalhados pelo Brasil; dos vários espaços existentes e possíveis para sua prática; bem como a produção de vários jogos. Especificamente com relação aos clubes, a divisão dos campeonatos em séries pode permitir a inclusão ou exclusão destes nos processos de integração da rede.

Nas relações existentes no território do futebol, identificamos que, dos atletas aos “cartolas”³², vários são os atores envolvidos. Disto deriva uma grande rede socioespacial, de produtores a consumidores, da qual identificamos alguns elementos, a saber:

- os governos com a exploração das loterias, com a arrecadação de contribuição ao INSS³³ sobre os jogos; com a arrecadação de impostos ICMS³⁴ e ISSQN³⁵, com o fornecimento de estrutura (estádios) para as práticas esportivas;
- as empresas patrocinadoras principais com a exploração do *marketing* esportivo;
- as empresas de material esportivo;
- as empresas que exploram atividades de alimentação nos estádios;
- agentes de intermediação de jogadores;
- a economia informal com os ambulantes;
- as federações e confederações com a arrecadação de cotas de patrocínio;
- os clubes
 - com a compra, venda ou empréstimo de jogadores formados nas categorias de base e comercializados, interna e internacionalmente, resultando em receita para os clubes
 - na venda de ingressos para os jogos
 - na venda de licenças da comercialização da marca do clube
 - na exploração de merchandising nos uniformes com patrocinador oficial por cotas de patrocínio

³² Termo como é conhecido popularmente o maior dos órgãos diretivos dos clubes futebolísticos

³³ INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social

³⁴ ICMS – Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços

³⁵ ISSQN – Imposto sobre serviços de qualquer natureza

- o nas cotas de transmissão de jogos em tvs e rádios
- o na venda de espaços publicitários com placas de propaganda nos estádios
- o na venda dos *naming rights* para os que possuem estádio.

Do outro lado desta rede encontramos os fãs de futebol, como consumidores de ingressos dos jogos e de produtos esportivos - uniformes e produtos licenciados.

Neste sentido, podemos considerá-lo como uma “indústria” que movimenta bilhões de dólares em diversas atividades ligadas, direta e indiretamente, ao esporte. Visto como um produto, surge a necessidade de olhá-lo também como gerador de oportunidades, identificando-o como um negócio, envolvendo uma grande cadeia produtiva que organiza a produção, a cadeia de negócios e a cadeia de clientes, consumidores dos produtos.

Sob o olhar dos consumidores, podemos considerar os espetáculos esportivos de futebol como um processo ligado à popularização de sua prática, que cria as bases para a consolidação da “indústria” do espetáculo, (BOURDIEU, 1983), ou seja, cria a demanda por assistir aos jogos de futebol e consumir os produtos produzidos.

Para entendermos como esta rede se forma na organização do território, buscamos os ensinamentos de Santos (2005). O território pode ser formado de lugares contíguos e de lugares em rede, os quais apresentam, simultaneamente, diferentes funcionalidades. O autor apresenta três formas do que chamou acontecer solidário no território: a) acontecer homólogo, b) acontecer complementar e c) acontecer hierárquico.

Identificamos o território do futebol no acontecer hierárquico pois, como assevera o autor:

.... O acontecer hierárquico é um dos resultados da tendência à racionalização das atividades e se faz sob um comando, uma organização, que tendem a ser concentrados e nos obrigam a pensar na produção desse comando, dessa direção.... trata-se, de um cotidiano imposto de fora, comandado por uma informação privilegiada, uma informação que é segredo e é poder....No acontecer hierárquico o domínio é de forças centrífugas (SANTOS, 2005, s.p.)

No território do futebol, tanto na prática profissional como na sua organização e gestão, temos o dia-a-dia do esporte, comandado de fora, feito diretamente pela FIFA ou pelas confederações e federações ligadas a ela. A organização deste território privilegia atores sociais que comandam o território em escalas, que vão do

local ao global, formando uma rede socioespacial que produz as verticalidades compreendidas por pontos distantes uns dos outros, mas que estão ligados por várias formas e processos sociais, formando uma dinâmica própria do território do futebol.

A respeito do processo de mundialização do capital, considera-se que ele amplia a formação de territórios com multiplicidade de significados, haja vista que os novos territórios são formados por uma relação híbrida entre global e local, como o território do futebol. Com isto vimos uma ampliação do conceito de território, onde a expressão e materialização de uma prática esportiva transformam-se num grande negócio, espacialmente difundido por vários países do mundo.

Com a globalização o Estado-nação, que impunha o limite ao território, se torna enfraquecido, diante da mundialização do capital e do monopólio das multinacionais, como no caso da FIFA, cuja supremacia ocorre também porque o Estado é permissivo. Verificamos assim uma verdadeira "erosão da soberania nacional", conforme realçado por Schiller (1986, p. 21-34).

No nosso caso de estudo, no território do futebol o monopólio da FIFA enfraquece o poder de ação nas nações, seja do ponto de vista econômico, como também de soberania. Os exemplos que tratam especificamente do evento Copa do Mundo FIFA acentuam com clareza o enfraquecimento do Estado-nação e o poder econômico da FIFA, que lhe é garantido também pelos acordos feitos com os países-sede dos seus eventos, como exigências dos cadernos de encargos³⁶, demonstrando sua hegemonia e determinando a força do território do futebol com seu poder sobre os Estados.

Em escala local, Haesbaert acentua a evidência do território

[...] os municípios para oferecer as condições mais vantajosas em termos de subsídios, infra-estrutura, mão-de-obra e imagem, mostram que o espaço – e o território – em vez de diminuir sua importância, muitas vezes amplia seu papel estratégico, justamente por concentrar ainda mais, em pontos restritos, as vantagens buscadas pelas grandes empresas e pela intensificação da diferenciação de vantagens oferecidas em cada sítio (HAESBAERT, 2004, p. 187).

No nosso trabalho, isto fica particularmente evidente no território do futebol e na relação deste com as cidades-sede que abrigarão a Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, assim como aconteceu nas outras edições do evento. Com o objetivo de

³⁶ Caderno de encargos é um dossiê de responsabilidades e compromissos assumidos pelo país-sede de um evento junto à entidade promotora.

captar o evento para suas cidades, estas se envolveram numa batalha, buscando demonstrar as vantagens que ofereciam para sediar a Copa. Assim, é neste território do futebol que haverá uma concentração de atividades em espaços específicos, que podem gerar vantagens para os atores envolvidos, destacadamente para a FIFA e a CBF. Os espaços onde se situam os estádios, como elemento da centralidade da paisagem das cidades, devem receber um (des) ordenamento que atenda às exigências assumidas no caderno de encargos junto à FIFA. As justificativas para essas intervenções serão detalhadas no capítulo II.

Os projetos apresentados para atender à Copa do Mundo FIFA, no território do futebol brasileiro, revelam que este território é e será governado pelo poder hegemônico da CBF e da FIFA. A entrevista de Santos, sobre o território brasileiro, também pode demonstrar a realidade do território do futebol no Brasil.

Como geógrafo, creio que o território brasileiro é o melhor observatório do que está passando no país. Se olho o território brasileiro hoje, vejo primeiro que é um território nacional mas da economia internacional. Quer dizer, o esforço de quem manda, no sentido de moldar o território — porque o território vai sendo sempre moldado por quem manda —, é no sentido de favorecer o trabalho dos atores da economia internacional. Não são apenas as multinacionais estrangeiras, mas todas as grandes firmas estrangeiras ou brasileiras, são elas que trazem para o território uma lógica globalizante. Na realidade, uma lógica globalitária, há mais do que globalização, há globalitarismo. Então, temos o território brasileiro trazendo esses nexos, que são cegos, e que criam uma ordem para essas grandes empresas, trazendo desordem para tudo o mais. Desordem criada para as empresas não envolvidas, que são atingidas por ela, por essa entropia negativa dentro do território, que alcança toda a sociedade. Então, o território revela também a incapacidade de governo, quer dizer, a não-governabilidade do país, porque o Brasil é um país não-governado. Ao mesmo tempo em que o território revela que o governo, a política, se faz pelas grandes empresas. São as grandes empresas que fazem a política. Isso se vê no uso do território brasileiro³⁷ (SANTOS, 1998, s.p).

Dada a hegemonia da corporação FIFA, admitimos que ela “manda” no território do futebol, com maior força nos países mais permissivos que sediam o evento Copa do Mundo FIFA, moldando o território de forma a atender seus objetivos, numa lógica globalizante.

Assim, se analisarmos o futebol do ponto de vista econômico, social e cultural, veremos que seus produtores e consumidores sofreram grandes transformações desde que os ingleses o inventaram. A difusão do esporte pelo mundo, distribuído em vários países, em todos os continentes, com atores que

³⁷ Milton Santos em entrevista concedida a Caros Amigos em agosto de 1998

influenciam política e economicamente este esporte, apóiam nossa tese da existência do território do futebol.

Nesse contexto, a identidade e as territorialidades do futebol se expressam através de uma rede socioespacial formada pelos praticantes do futebol, público consumidor (torcedores), empresas de marketing e de material esportivo, patrocinadores, mídias e veículos de comunicação, e ainda pelas ligas, clubes, federações, confederações e pela FIFA como agente hegemônico, distribuídos por todo o mundo.

O território do futebol, então, pode ser entendido como o lugar definido e delimitado pelas várias práticas que envolvem o esporte, em escalas que vão do local ao global, ligado à ideia de domínio, onde se revelam relações marcadas pelo poder, a partir de territorialidades amadoras, com lideranças espontâneas ou profissionais, como a FIFA e as Confederações, que exercem papel hegemônico neste território. Estas relações são marcadas, de um lado, pelo poder do mercado, sendo uma “indústria” que gera bilhões de dólares pelo poder dos consumidores dos vários produtos a ele ligados e, de outro lado, pela permissividade do Estado. Como nos ensinam Pires et alli “...o território, é um campo de forças, um lugar de exercício de dialéticas entre as escalas geográficas e entre o Estado, a sociedade e o mercado.” (PIRES et alli, 2006 p. 442)

1.3 A dimensão da competitividade no território do futebol brasileiro

As primeiras abordagens teóricas referentes à obtenção de vantagens nas trocas internacionais foram concebidas pelos economistas clássicos Adam Smith (teoria clássica do comércio internacional) e David Ricardo (teoria das vantagens comparativas), baseando-se no diferencial dado pelos custos de produção ou nas diferenças de produtividade entre as nações, explicadas com base na abundância ou escassez relativa dos vários fatores de produção – terra, mão-de-obra, capital e recursos naturais. Assim, cada país tende a especializar-se na produção e venda dos bens e serviços que integram quantidades importantes dos fatores de produção de que dispõe em abundância.

Na teoria conhecida como concorrência schumpeteriana, a inovação é entendida como a busca constante de lucros e de diferenciação na obtenção de

vantagens competitivas entre os agentes (empresas), por meio de estratégias deliberadas.

Entendendo então a importância da inovação para as empresas, podemos identificá-la como sendo resultado da combinação entre pesquisa, desenvolvimento e as condições econômicas e sociais presentes onde ela se desenvolve, através da interação entre firmas e o meio no qual estão envolvidas. Nesta perspectiva, poderá haver simultaneidade entre pesquisa básica, oriunda dos cientistas, e pesquisa aplicada, ou vice-versa, permitindo o avanço do conhecimento como base para novas inovações.

Assim, sob a ótica neo-schumpeteriana, o processo de inovação passa a ser internalizado nas empresas e, com seus avanços, a tecnologia passa a ser simultaneamente componente estrutural e estratégico. Como elemento dinâmico, a tecnologia torna-se endógena e a competição passa a ser constantemente influenciada por novos produtos, novos processos e novos segmentos de mercado (PORTER, 1989)

A tecnologia, segundo Sánchez e Paula (2001), é conceituada como o conjunto de conhecimentos científicos e empíricos, de habilidades, experiências e organização requeridas para produzir, distribuir, comercializar – nos casos em que se aplique – e utilizar bens e serviços. Inclui tanto conhecimentos técnicos como práticos, meios físicos, *know how*, métodos e procedimentos produtivos, gerenciais e organizacionais.

Para dar conta da complexa amplitude que envolve a tecnologia, é preciso concebê-la como uma realização humana que ocorre em situações sociais concretas e específicas no território. Faz parte da cultura o conhecimento tecnológico que implica em técnicas socialmente produzidas e parcialmente compartilhadas, sejam elas altamente sofisticadas, como as que existem hoje, sejam as mais simples e que seguem coexistindo com as mais elaboradas. Assim, a tecnologia perpassa todas as formações sociais, porque na produção das condições materiais de vida, necessárias a qualquer sociedade, são imprescindíveis a criação, apropriação e manipulação de técnicas que carregam em si elementos culturais, políticos, religiosos e econômicos, próprios da existência social.

Neste sentido, nações e empresas acabam se especializando em determinadas tecnologias. Para Porter, as teorias explicativas da especialização internacional não respondiam as questões referentes às vantagens obtidas por

segmentos e indústrias de determinados países. Assim, ele desenvolveu a teoria da Vantagem Competitiva como um novo paradigma, partindo da teoria schumpeteriana da inexistência de equilíbrio na competição. Porter apresenta a competitividade como um “processo dinâmico e em evolução”, e parte para refletir uma “concepção rica da competitividade”, incluindo temas como mercados segmentados, produtos diferenciados, diferenças de tecnologia, economias de escala, qualidade, inovação de produtos, dentre outros, que possibilitem a compreensão das razões que conduzem empresas de algumas nações a serem melhores que outras. (PORTER, 1989, p. 35)

Este autor, ao ampliar o conceito sobre as vantagens competitivas, e é neste conceito que este trabalho se apóia, aborda a importância destes ambientes competitivos, apresentando o sistema chamado de “Diamante da Competitividade”, fundamentado em 4 condições, a saber: 1) Condições de fatores - definida pela posição do país nos fatores de produção (trabalho especializado e disponibilidade de infraestrutura, capital e incentivos à inovação); 2) Condições de demanda - referente à demanda interna; 3) Indústrias correlatas e de apoio - existência (ou não), no país, de indústrias abastecedoras e indústrias correlatas, internacionalmente competitivas; 4) Estratégia, estrutura e rivalidade das empresas - referentes à natureza da rivalidade interna e às condições existentes no país para a criação, organização e gestão das empresas, sendo a competitividade vista como incentivo à inovação. (PORTER, 1989 p. 45)

Considerando a Copa do Mundo FIFA em 2014 como um produto inovador, faz-se necessário conhecer o ambiente do território do futebol brasileiro, com vistas a analisar a competitividade do futebol e as possíveis relações estabelecidas a partir da introdução deste novo produto.

1) Sobre as condições de fatores de produção

O Brasil ocupa, hoje, uma posição privilegiada no mundo em relação ao futebol. É o único país a ser pentacampeão da Copa do Mundo FIFA, sendo este reconhecido o evento de maior expressão mundial deste esporte.

Também podemos verificar a existência de vários clubes de futebol no país, bem como a própria seleção brasileira, como produtores capazes de abastecer nacional e internacionalmente, com jogos, o território do futebol. Os vários campeonatos existentes (nacionais e internacionais) garantem a contínua produção.

Sobre os atletas, admitimos que, no passado, os jogadores de futebol possuíam funções ou posições bem mais definidas no campo, podendo ser considerados dentro do modelo de produção Taylorista/Fordista. A globalização no futebol, explicada pela importação e exportação destes trabalhadores, permitiu aos clubes mais ricos, especialmente da Europa, a exibição de um futebol mesclado pelos estilos particulares que os jogadores do mundo difundiram na Europa, resultando num estilo de praticar o futebol que se impôs como um paradigma global, pela influência dos meios de comunicação. Reunindo a disciplina tática, força e objetividade dos próprios europeus, a habilidade e a fantasia dos latino-americanos e africanos e a velocidade dos asiáticos, este “novo” futebol poderia ser caracterizado como modelo do Toyotismo.

Especificamente sobre o trabalho, considerando os jogadores de futebol como trabalhadores especializados, o Brasil apresenta uma condição favorável de produção destes atletas, sendo considerado inclusive como exportador. Com isso, observamos números crescentes na transferência dos atletas brasileiros para o exterior, conforme pode ser observado na tabela 1.

Tabela 1 – Relação de transferências de jogadores brasileiros para o exterior

Ano	Total de atletas
2003	858
2004	857
2005	804
2006	851
2007	1085
2008	1176
2009	1017

Fonte: site oficial da CBF organização: própria

O reconhecimento da qualidade dos jogadores brasileiros parece estar consolidado. Esta qualidade se explica por ser o futebol uma prática social bastante presente entre os brasileiros, sendo justificada por alguns aspectos: em muitos casos o futebol é praticado desde a infância; fatores culturais, como a miscigenação cultural, podem explicar também a grande capacidade de adaptabilidade e flexibilidade³⁸; a maior remuneração oferecida pelos clubes estrangeiros (especialmente da Europa) atiza o desejo do atleta de atuar no exterior; há

³⁸ Consideradas aqui como característica importante dos jogadores do “novo” futebol

preferência dos clubes em negociar prematuramente seus atletas pela incerteza da vida útil das suas “mercadorias”; a incapacidade de absorção da produção (atletas) pelos clubes brasileiros – limite de estoque – favorece a comercialização do excedente de produção; a mídia promove uma grande exposição dos atletas, entre outros.

Outra explicação está na receita que esta venda de atletas gera para os clubes. Segundo um estudo elaborado pela consultoria financeira Crowe Horwath RCS³⁹, os 8 clubes brasileiros com maiores receitas provenientes da venda de jogadores conseguiram alcançar, entre 2003 e 2008, um total de R\$ 1.2 bilhão (481,4 milhões de Euros), o que significa 62% do total gerado pelo mercado de transferências no Brasil. (tabela 2)

Tabela 2 – Maiores receitas na transferência de jogadores entre 2003 e 2008 no Brasil

Clube/cidade/estado	Receita em reais	Receita em euros
Internacional/Porto Alegre/RS	250,9 milhões	95,1 milhões
São Paulo/São Paulo/SP	217,8 milhões	82,5 milhões
Cruzeiro/Belo Horizonte/MG *	181,0 milhões	68,6 milhões
Santos/Santos/SP	149,6 milhões	56,7 milhões
Atlético/Paraná/PR	126,8 milhões	48,0 milhões
Corinthians/São Paulo/SP	125,2 milhões	47,4 milhões
Palmeiras/São Paulo/SP	116,7 milhões	44,2 milhões
Grêmio/Porto Alegre/RS	105,0 milhões	39,8 milhões

Notas – a) * Clube Cruzeiro período apurado de 2004 a 2008

b) conversão real euro = R\$ 2.63806

Fonte: consultoria financeira Crowe Horwath organização: própria

A tabela 2 demonstra a importância econômica que a venda dos atletas representa para os clubes, garantindo-lhes receitas significativas nestas práticas comerciais.

Com relação aos salários dos jogadores, a tabela abaixo apresenta os valores dos 10 maiores salários dos jogadores brasileiros no exterior, comparados aos 10 maiores salários dos jogadores no Brasil.

³⁹ Disponível em www.rcsauditores.com.br acessado em 25/04/2009

Tabela 3 – Comparação de salários dos atletas no exterior e no Brasil, ano 2009

Exterior					Brasil			
Ranking	Jogador	Clubes	Salário mensal		Jogador	clubes	Salário mensal	
			euros	reais x mil			euros	reais x mil
1	Ricardo Kaká	Real Madrid CF	750.000	1.746	Ronaldo	Corinthians	481.210	1.100
2	Robinho	Manchester City	637.500	1.457	Adriano	Flamengo	158.334	362
3	Diego	Juventus	583.300	1.333	Nilmar	Internacional	157.459	360
4	Ronaldinho	AC Milan	541.600	1.238	Fred	Fluminense	153.0858	350
5	Deco	Chelsea	500.000	1.1.43	Kleber Leandro Amaral	Cruzeiro Fluminense	122.468 122.468	280 280
6	Rivaldo	FC Bunyodkor	416.000	951	Thiago Neves	Fluminense	118.094	270
7	Roberto Carlos	Fenerbahce	375.000	857	Edmilson	Palmeiras	104.973	240
8	Cris	O. Lyon	350.000	800	Rogério Ceni	São Paulo	100.616	230
9	Dida	AC Milan	333.300	761	Washington Marcos	São Paulo Palmeiras	96.242 96.242	220 220
10	Doni	AS Roma	333.300	761	D'Alessandro Leo e Fabio Costa	Internacional Santos	96.242 96.242	220 220

Fonte: futebol finance 2009⁴⁰

Nota a) conversão euro real em 20 de maio de 2010 – R\$ 2,28

Organização: própria

Os salários pagos pelos clubes estrangeiros aos jogadores brasileiros com atuação no exterior são significativamente maiores quando comparados aos pagos pelos clubes no Brasil, exceto para o caso do jogador Ronaldo do Corinthians, cuja transação pode ser considerada atípica, explicada pela relação com o patrocinador do atleta.

Com relação à competitividade dos produtores (clubes), onde se dá a prática profissional dos jogadores, a situação financeira dos clubes brasileiros de futebol apresenta condições pouco favoráveis em relação às finanças. Estudo da consultoria Crowe Horwath RSC⁴¹, através da sua seção de “Esporte Total”, revela que os maiores clubes brasileiros apresentaram um endividamento total no ano de 2009 de R\$ 3.1 bilhões (1.389 milhões de euros), o que significa um aumento de 11% em relação ao ano de 2008, em que os clubes apresentaram dívidas totais de R\$ 2.8 bilhões (1.255 milhões de euros), o que compromete a competitividade dos clubes.

A competitividade relacionada à infraestrutura para a prática do futebol indica que esta não está acompanhando os avanços tecnológicos existentes. Tal afirmação se fundamenta, por exemplo, na precariedade dos estádios brasileiros, conforme

⁴⁰ site especializado em futebol – disponível em www.futebolfinance.com acessado em 20/11/2009

⁴¹ <http://www.rcsauditores.com.br/port/noticias.html> acesso em 31/11/2010

estudo do Sindicato Nacional da Arquitetura e Engenharia (SINAENCO)⁴² e, por extensão, dos locais de treinamento dos atletas e “escolinhas de futebol”, o que pode representar menor vantagem competitiva, se pensarmos nestes locais como “fábricas” de atletas.

Admitimos, porém, a difusão espacial dos estádios por todo o Brasil, presentes em todas as regiões, conforme demonstram a tabela 4 e as figuras 5 e 6. Além disso, podemos observar a exploração pública ou privada destes equipamentos. A apresentação destes dados também será utilizada no capítulo III deste trabalho, na discussão dos estádios que estão sendo reformados ou construídos para atender à Copa do Mundo no Brasil.

Tabela 4 - Estádios Oficiais de Futebol no Brasil – por região – por propriedade

Região do Brasil	Estádios		Particulares		Federação		Estaduais		Municipais	
	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%	Quant.	%
Norte	40	6,3	11	5,5		0,0	9	22,0	20	5,1
Nordeste	201	31,7	36	18,1	3	75,0	17	41,5	145	37,2
Sudeste	195	30,8	90	45,2		0,0	3	7,3	102	26,2
Sul	96	15,1	51	25,6		0,0		0,0	45	11,5
Centro-Oeste	102	16,1	11	5,5	1	25,0	12	29,3	78	20,0
Total	634	100	199	31,4	4	0,6	41	6,5	390	61,5

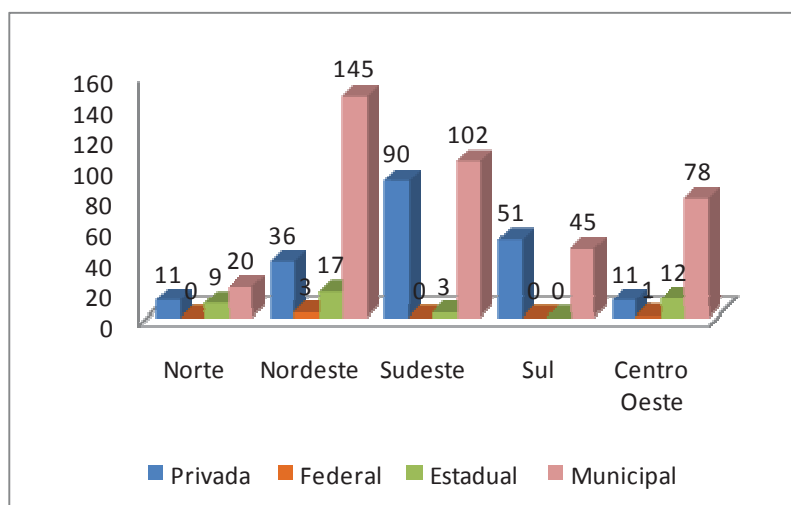
Nota: a) Não está sendo considerada a capacidade do estádio.⁴³

Fonte: site da CBF organização: própria

⁴² A radiografia dos estádios brasileiros, organizada pelo Sindicato Nacional da Arquitetura e Engenharia (Sinaenco), apresenta um estudo intitulado Estado de Manutenção e Condição dos Estádios Brasileiros e revela a situação da infraestrutura para prática do futebol. “Nenhuma das 29 arenas visitadas em 18 cidades está 100% apta para receber um jogo de futebol”, afirma o arquiteto Eduardo de Castro Melo, vice-presidente de arquitetura do Sinaenco. Em 80% delas, o maior problema é estrutural, “(há) estruturas com prazo de validade vencido, que oferecem riscos até de desabamento”. Site do www.sinaenco.com.br acessado em 30/11/2009

⁴³ Estamos considerando somente os estádios oficialmente registrados na CBF.

Fig. 5 - Distribuição dos proprietários de estádios oficiais de futebol no Brasil



Fonte: site da CBF organização: própria

Fig. 6 – Distribuição espacial dos estádios oficiais de futebol no Brasil



Fonte: site da CBF - autoria própria

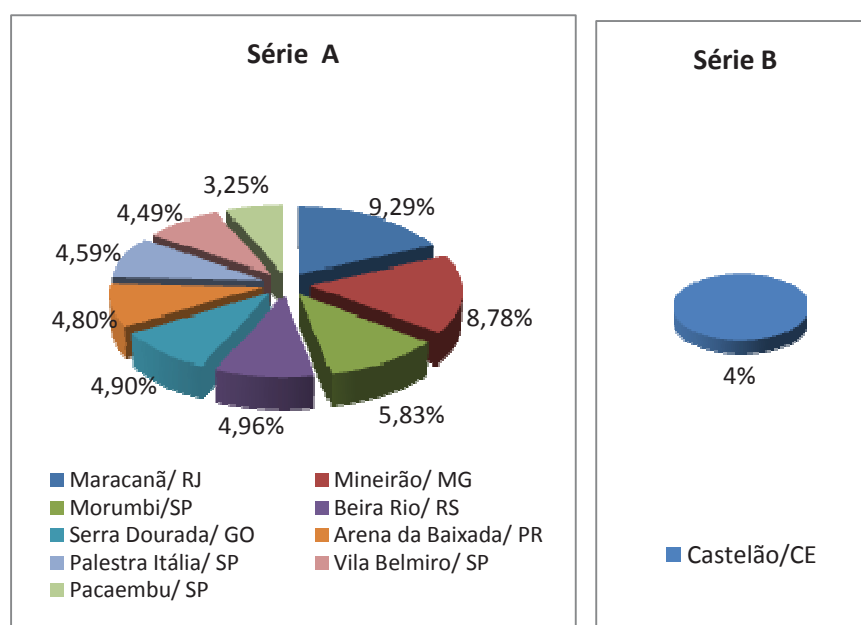
A tabela 4 e as figuras 5 e 6 permitem constatar que a grande maioria dos estádios, 61,5%, é municipal. Também podemos observar a força do poder público no nordeste, como impulsionador da prática esportiva, com 165 estádios. Embora possamos observar certa equivalência entre o número de estádios da região nordeste e sudeste, a capacidade de produção (de jogos), a receita e a utilização destes equipamentos apontam para uma grande desigualdade entre estas regiões.

Como parâmetro para este estudo, identificamos a participação dos clubes (produtores dos jogos) em campeonatos, tomando como exemplo o Campeonato Brasileiro de Futebol, denominado “Brasileirão”, séries A e B, promovido pela CBF,

por ser um evento nacional que, em tese, deveria congrega clubes de todo o país, sendo considerado como o campeonato de maior expressão. Não estamos considerando os jogos das séries C e D deste campeonato, pois o público pagante e a receita para os estádios, conforme nossos levantamentos, são pouco significativos quando comparados às outras séries, e pouco podem influenciar na análise proposta nesta tese, em relação ao uso destes equipamentos na Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil.

Com relação aos estádios utilizados no Brasileirão, temos:

Fig. 7- Estádios utilizados no “Brasileirão” da série A e B de 2005 a 2009 em todas as edições



Fonte: CBF – organização: própria

De um total de 50 estádios utilizados no “Brasileirão”, série A, no período de 2005 a 2009, somente 9 receberam jogos em todas as edições do período citado. Observamos, neste caso, que somente um estádio foi utilizado para cada estado, com exceção do estado de São Paulo, que apresentou 4 estádios, representando a soma de 18,16% do total de todos os estádios utilizados, o que demonstra a importância que o futebol tem para este estado. Na série B, dos 60 estádios utilizados no período, apenas 1 foi utilizado em todas as edições e está localizado no Nordeste, como demonstra a fig. 7.

Com relação aos clubes, os que mais participaram do mesmo campeonato foram:

Tabela 5 – Os 20 clubes com maior participação no “Brasileirão”, série A, por região, no período de 2005 a 2009

No.	Apelido	Nome do clube	Cidade	UF	R	No. Part.
1	Botafogo	Botafogo de Futebol e Regatas	Rio de Janeiro	RJ	SE	5
2	Cruzeiro	Cruzeiro Esporte Clube	Belo Horizonte	MG	SE	5
3	Flamengo	Clube de Regatas do Flamengo	Rio de Janeiro	RJ	SE	5
4	Fluminense	Fluminense Football Club	Rio de Janeiro	RJ	SE	5
5	Palmeiras	Sociedade Esportiva Palmeiras	São Paulo	SP	SE	5
6	Santos	Santos Futebol Clube	Santos	SP	SE	5
7	São Paulo	São Paulo Futebol Clube	São Paulo	SP	SE	5
8	Atlético/PR	Clube Atlético Paranaense	Curitiba	PR	S	5
9	Internacional	Sport Club Internacional	Porto Alegre	RS	S	5
10	Goiás	Goiás Esporte Clube	Goiânia	GO	CO	5
11	Atlético/MG	Clube Atlético Mineiro	Belo Horizonte	MG	SE	4
12	Corinthians	Sport Club Corinthians Paulista	São Paulo	SP	SE	4
13	Vasco da Gama	Clube Regatas Vasco da Gama	Rio de Janeiro	RJ	SE	4
14	Figueirense	Figueirense Futebol Clube	Florianópolis	SC	S	4
15	Grêmio	Grêmio Football Porto Alegrense	Porto Alegre	RS	S	4
16	Coritiba	Coritiba Football Club	Curitiba	PR	S	3
17	Juventude	Esporte Clube Juventude	Caxias do Sul	RS	S	3
18	Paraná	Paraná Clube	Curitiba	PR	S	3
19	Náutico	Clube Náutico Capibaribe	Recife	PE	NE	3
20	Sport	Sport Club do Recife	Recife	PE	NE	3

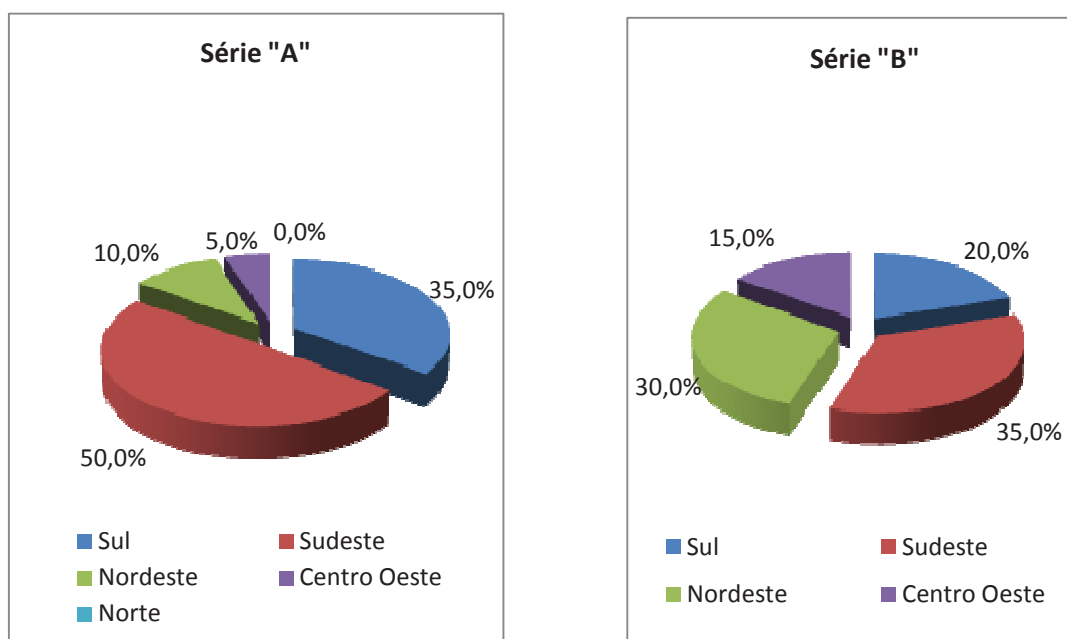
Fonte: CBF organização: própria

Tabela 6 – Os 20 clubes com maior participação no “Brasileirão”, série B, por região, no período de 2005 a 2009

	Apelido	Nome do clube	Cidades	UF	R	Partic.
1	Ceará	Ceará Sporting Club	Fortaleza	CE	NE	5
2	Avaí	Avaí Futebol Clube	Florianópolis	SC	S	4
3	Portuguesa	Associação Portuguesa de Desportos	São Paulo	SP	SE	4
4	Marília	Marília Atlético Clube	Marília	SP	SE	4
5	CRB	Clube Regatas Brasil	Maceió	AL	NE	4
6	Brasiliense	Brasiliense Futebol Clube	Brasília	DF	CO	4
7	Vila Nova	Vila Nova Futebol Clube	Goiania	GO	CO	4
8	Gama	Sociedade Esportiva Gama	Brasília	DF	CO	4
9	Criciúma	Criciúma Esporte Clube	Criciúma	SC	S	3
10	Ponte Preta	Associação Atlética Ponte Preta	Campinas	SP	SE	3
11	São Caetano	São Caetano Futebol Ltda.	São Caetano	SP	SE	3
12	Guarani	Guarani Futebol Clube	Campinas	SP	SE	3
13	Ituano	Ituano Futebol Clube	Itú	SP	SE	3
14	Paulista	Paulista Futebol Clube	Jundiaí	SP	SE	3
15	América	América Futebol Clube	Natal	RN	NE	3
16	Bahia	Esporte Clube Bahia	Salvador	BA	NE	3
17	Fortaleza	Fortaleza Esporte Clube	Fortaleza	CE	NE	3
18	Coritiba	Coritiba Football Club	Curitiba	PR	S	2
19	Paraná	Paraná Clube	Curitiba	PR	S	2
20	Náutico	Clube Náutico Capibaribe	Recife	PE	NE	2

Fonte: CBF organização: própria

Fig. 8 - Participação dos clubes no "Brasileirão" da série A e B, por região, no período de 2005 a 2009



Fonte: CBF organização: própria

As tabelas 5 e 6 e a figura 8 permitem observar que, no período de 2005 a 2009, dos 20 clubes que participaram do campeonato "brasileirão" na série A, 10, o equivalente a 50%, estão na região Sudeste; 7, equivalente a 35%, na região Sul; 2, equivalente a 10%, na região Nordeste e 1, equivalente a 5%, na região Centro Oeste. Na série B, no mesmo período e campeonato, dos 20 clubes, 6 (30 %) são da região Nordeste, 3 (15%) da região Centro Oeste, 4 (20%) da região Sul e 7 ((35%) são da região Sudeste. A maioria dos clubes que participaram em todas as edições do campeonato na série A estão no eixo São Paulo/Rio de Janeiro, e na série B apenas um clube do nordeste participou em todas as edições, demonstrando a distribuição desigual da prática do futebol profissional no país. Cada um dos 20 clubes que participam da competição realiza 19 partidas anuais, somando um total aproximado de 380 jogos por ano.

Admitimos, com base nos dados apresentados, que a competitividade na produção do futebol está espacialmente mais fortalecida na região sudeste, com destaque para o estado de São Paulo. Isto pode ser explicado, conforme apresentado no início do trabalho, por Mascarenhas (1998), pois a cidade de São Paulo propiciou a popularização da prática futebolística mais antecipadamente e

acentuadamente do que qualquer outra cidade brasileira, o que pode explicar a presença de vários clubes de São Paulo nos campeonatos do esporte.

Estas análises sobre as condições dos fatores de produção são importantes para compreendermos as possíveis transformações que uma inovação no território do futebol poderia promover. Assim, podemos considerar o evento COPA do Mundo FIFA 2014 como um produto inovador para o Brasil, embora tenhamos que admitir que a importância do evento dentro do território do futebol brasileiro não contribuiu para o aumento da produção de jogos dos campeonatos brasileiros.

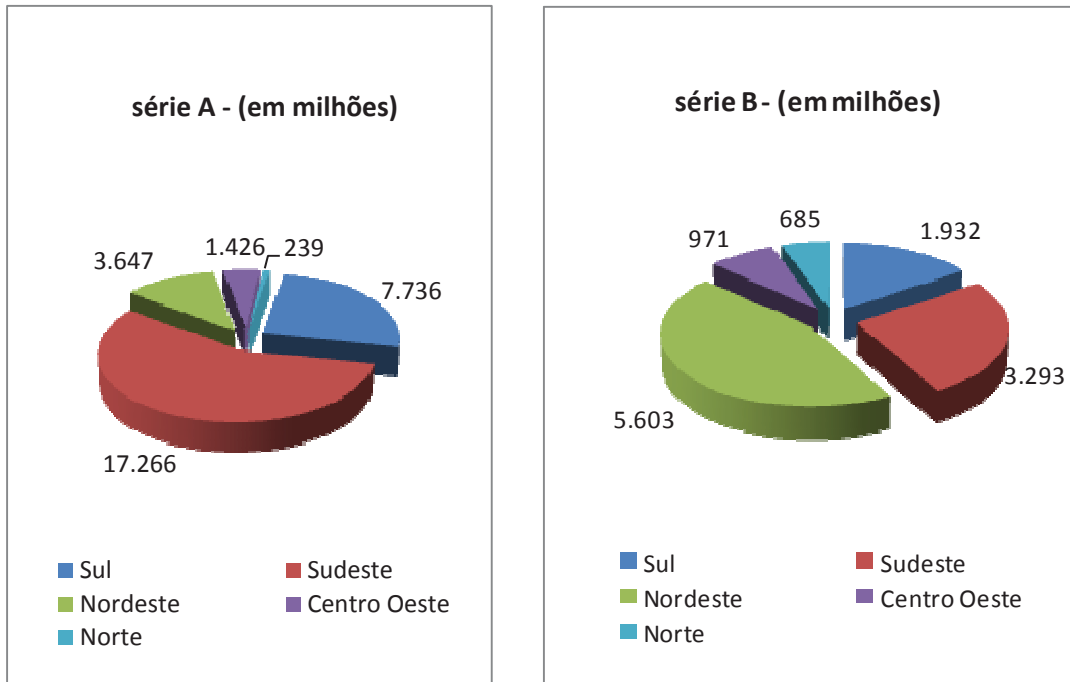
A prática profissional do futebol, no evento Copa do Mundo, está exigindo edificações (estádios) que poderão ou não ser utilizadas depois dele, mas é certo que há um forte incentivo a esta inovação por parte do governo, nas três esferas. Os próximos capítulos retomam a discussão sobre o uso destes equipamentos. Também é desnecessário afirmar que a CBF, pelo seu próprio caráter de entidade máxima do futebol brasileiro, conforme apresentado anteriormente, incentiva tal inovação. Somam-se, neste ambiente, diferentes atores, com interesses diversos, que serão apresentados nos próximos capítulos.

2) As condições de demanda interna para consumo do produto futebol

A disponibilidade do produto futebol, durante todo o ano, nos vários campeonatos e em diferentes séries, descaracteriza-o como um produto sazonal. Assim, é possível verificar que há oferta para consumo durante todo o ano, em várias cidades do Brasil, sendo distribuído espacialmente por todo o país, porém de maneiras desiguais. Destacamos, conforme apresentado no início do capítulo, a forte ligação do povo brasileiro com o futebol, o que poderia sugerir expressiva demanda, seja no consumo de espetáculos (torcedores) ou de seus diversos produtos.

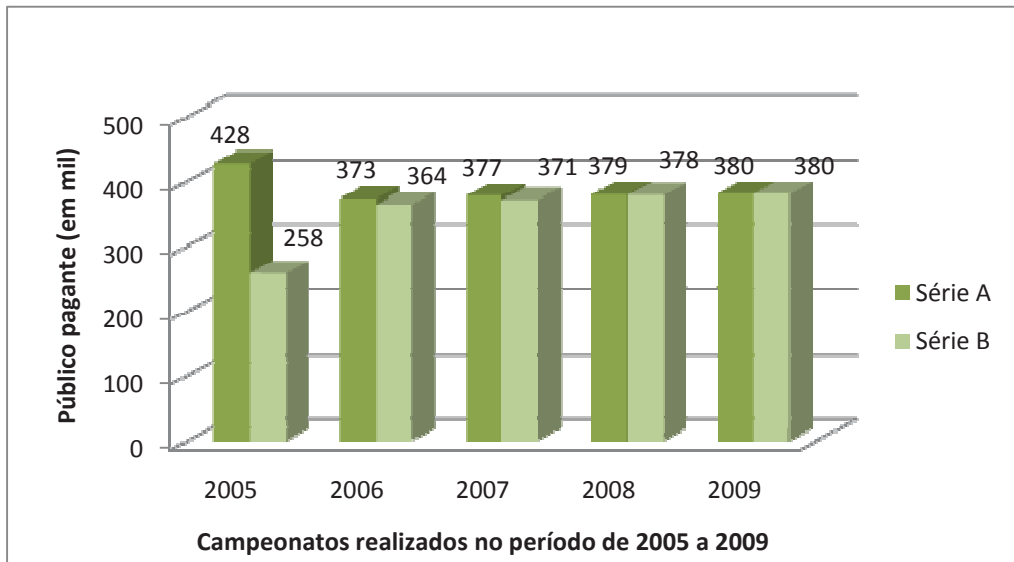
No entanto, tomando como exemplo o “Brasileirão”, os números abaixo apresentados sugerem indicadores de baixo consumo, relacionando-se a produção de jogos e a capacidade instalada dos estádios. Se considerarmos um total de 380 jogos na série A e 380 jogos na série B, são 38 rodadas com 20 times, e estimando-se uma oferta média de 20 mil ingressos nos estádios, por partida, a taxa de ocupação de 20%, no ano de 2009, pode ser considerada baixa.

Fig. 9 – Público pagante acumulado no período de 2005 a 2009
 “Brasileirão”, série A e B



Fonte: CBF organização: própria

Fig. 10 - Evolução do total de público pagante no “Brasileirão” das séries A e B, no período de 2005 a 2009



Fonte: CBF organização: própria

A figura 9 permite observar que, enquanto na série A o maior público participante está na região Sudeste, na série B está na região Nordeste. Isto pode

ser explicado pela maior presença de clubes do sudeste na série A e de clubes do nordeste na série B.

Quanto ao consumo de ingressos dos jogos (fig.10), podemos admitir no “Brasileirão” uma certa estabilidade do público presente nos estádios, tanto nos jogos da série A como da série B. Estamos desconsiderando aqui as oscilações nos anos de 2005 e 2006, tendo em vista as mudanças no sistema de pontuação do campeonato, para torná-lo mais atrativo. A partir de então, não percebemos evolução significativa deste público no consumo de jogos, o que indica pouca possibilidade de aumentar estas receitas para os clubes.

Isto se deve a alguns fatores, empiricamente observados em vários *sites* esportivos, como : o desrespeito na hora de comprar o ingresso - não raramente o tumulto se estabelece, seja pelas cotas de ingressos disponíveis, seja pela comercialização informal por parte dos cambistas; falta de organização do trânsito nas imediações dos estádios; falta de segurança nas instalações físicas dos estádios; falta de policiamento, de socorro médico, de higiene, e também a desordem social promovida pelas torcidas organizadas nos estádios. Outro fator a ser considerado é o horário dos jogos⁴⁴.

Sobre os preços praticados no mercado brasileiro de futebol nos ingressos dos jogos, estes apresentam muita variação no Brasil. Alguns aspectos podem explicar: a) Relevância da partida na competição, b) Qualidade das equipes envolvidas na partida, c) Expectativa de resultado por parte do torcedor, d) Relevância do conjunto de equipes disputando a competição, e) Desempenho das equipes mais populares, f) Rivalidade envolvida na partida, g) Data e horário de realização da partida e h) renda dos consumidores.

Outro fator a ser considerado é a diferença dos preços, já que o mesmo produto (jogo) pode ter variação de preço a partir da localização no estádio. Jornalistas esportivos observam, em vários *sites*, que os valores dos ingressos praticados pelos clubes tiveram um aumento de 127% nos últimos 5 anos, sendo que no ano de 2009 o preço médio nacional foi de R\$ 18,60, não sendo possível estimar se corresponde à capacidade de compra dos consumidores. Nos últimos 5 anos, os estádios apresentaram, como dissemos acima, uma ocupação média de

⁴⁴ Os horários de jogos dos campeonatos, das categorias principais do futebol (séries A e B), em muitos casos, são determinados por acordos entre a CBF, as federações dos estados, os clubes e as empresas de transmissão televisiva dos mesmos (leia-se Rede Globo para TV aberta). Assim, os jogos são oferecidos em horários compatíveis com a transmissão e não necessariamente com os interesses dos torcedores (consumidores).

20%. No entanto, não podemos afirmar que a baixa ocupação seja exclusivamente pelo preço dos ingressos, pois outros fatores também podem justificar como, por exemplo, o número de jogos produzidos em diferentes campeonatos, bem como o horário destes, que são impostos pela televisão (leia-se Rede Globo).

3) Sobre as indústrias correlatas e de apoio

Podemos considerá-las como importantes para entendermos a competitividade no território do futebol. Estamos colocando nesta categoria, de um lado, as empresas de transmissão dos jogos de futebol, consideradas de extrema relevância, tendo em vista serem geradoras de grandes receitas para clubes, federações e CBF.

Um exemplo apresentado no balanço da CBF de 2009⁴⁵ é o da Rede Globo, que pagou R\$ 11,3 milhões pelos direitos de exclusividade dos jogos da seleção brasileira de futebol.

Do outro lado, estamos considerando as empresas patrocinadoras dos clubes, federações e seleções de futebol. Estas empresas, através das suas políticas de *marketing* esportivo⁴⁶, investem bilhões de dólares, com o objetivo de ter suas marcas e produtos ligados a jogadores e clubes vencedores. Estes investimentos permitem, desde a contratação de atletas, até a criação das condições favoráveis para a prática esportiva, com a criação ou manutenção dos centros de treinamentos para os jogadores.

Um estudo do International Marketing Reports (IMR)⁴⁷ revela que o futebol europeu recebeu em 2008, em patrocínios, 1.900 bilhão de euros por ano, equivalentes a 38% do total recebido em todo o mundo, sendo que a Alemanha e o Reino Unido apresentam as maiores receitas, com 2.600 milhões de euros (33%) e 1.700 milhão de euros (17%), respectivamente. No Brasil, segundo estudo da consultoria Crowe Horwath (RCS)⁴⁸, os clubes brasileiros devem arrecadar, em 2010, R\$ 320 milhões em patrocínios, equivalente a 140 milhões de euros. Em 2009, o maior exemplo de patrocínio é o caso do jogador Ronaldo do Corinthians; os patrocinadores Hypermarchas, Grupo Silvio Santos e TIM juntos geram R\$ 47 milhões por ano, equivalente a 20 milhões de euros.

⁴⁵ Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/futebol/199924/> acessado em 29 de abril de 2010

⁴⁶ “uma ação privada de indivíduos ou empresas, destinada a beneficiar uma atividade esportiva...” Melo Neto (1995 p.34)

⁴⁷ publicado no Futebol Finance site especializado em gestão e finanças no futebol disponível em www.futebolfinance.com acessado em 20/04/ 2010.

⁴⁸ <http://www.rcsauditores.com.br/port/noticias.html> acessado em 01/03/2010

Com relação à existência de indústrias de apoio na produção de equipamentos esportivos para a prática do futebol, observamos que os maiores produtores - Adidas, Olympikus, Puma, Nike, Umbro, Mizuno, Kappa, Fila, entre outros, são todas indústrias estrangeiras. Isto faz com que o Brasil perca a vantagem de competir no território do futebol, com a produção de material esportivo.

4) Sobre a estratégia das empresas (clubes) na produção do futebol.

Sendo o futebol um produto competitivo identificamos, empiricamente, que os clubes consideram estratégias como: a) observação dos clubes de base para a contratação de bons jogadores; b) captação de patrocinadores; c) oferecer uma boa estrutura de centro de treinamento; d) contratar uma equipe técnica de alto nível; e) manter e aumentar seus torcedores (consumidores); f) boa gestão dos recursos financeiros. Estas poderiam ser algumas bases para uma empresa (clube) apresentar-se mais competitiva, sem deixar de considerar a concorrência. As mesmas considerações podem ser aplicadas para análise da competitividade da Seleção Brasileira de Futebol.

Com relação à rivalidade dos clubes, esta pode ser observada de duas maneiras. A primeira rivalidade ocorre na captação de torcedores, posto que eles são considerados consumidores dos seus produtos. Assim, os clubes que conseguem atingir um desempenho melhor nos campeonatos tendem a agregar mais torcedores e, conseqüentemente, mais consumidores para seus produtos. Outra rivalidade refere-se à concorrência na captação de empresas patrocinadoras para seus clubes (empresas), visto que disto depende a contratação de bons atletas, que possam garantir melhores resultados nos campeonatos. Sabemos também que outros fatores culturais devem ser observados.

Mascarenhas nos ensina que:

Em escala mundial, o processo recente de reorganização do futebol, vem redefinindo a espacialidade e identidade dos clubes. A desvalorização dos tradicionais campeonatos locais no Brasil (base histórica da identidade dos clubes), em favor de certames mais lucrativos, de âmbito nacional ou internacional, arrefece o grau e o teor "nativo" da rivalidade clubística (MASCARENHAS, 2005, p.67).

O Brasileirão ilustra o exposto, tendo em vista que muitos clubes acabam sendo excluídos do Campeonato pela pressão dos patrocinadores, que querem ver seus clubes em exposição na mídia. Assim, a rivalidade entre os clubes fica sujeita às regras do capital.

Analisando o território do futebol, e entendendo os jogadores como “mercadoria” e a tecnologia como uma realização humana, admitimos que o Brasil apresenta uma vantagem competitiva em relação a outros países. No entanto, em relação ao ambiente competitivo das empresas (clubes) e à gestão destas, parece que a prática mais comum tem sido comercializar seus jogadores, “exportando-os como mercadorias”. Também o consumo dos jogos e as receitas obtidas com ingressos indicam a pouca participação dos torcedores nos estádios, o que pode diminuir a vantagem competitiva no território do futebol brasileiro.

Já a atuação da CBF, como entidade que congrega os interesses do futebol e dos clubes, parece indicar que sua gestão pouco democrática, alvo de denúncias de corrupção e desvio de dinheiro, com hegemonia no território do futebol, é a maior fragilidade na competitividade do território do futebol.

Expostas aqui as determinantes competitivas do sistema chamado Diamante da Competitividade, pergunta-se: qual será o papel do governo? Segundo Porter, é influenciar positivamente essas determinantes apresentadas.

As políticas governamentais bem-sucedidas são aquelas que criam um ambiente em que as empresas são capazes de ganhar vantagem competitiva, e não aquelas que envolvem o governo diretamente no processo (PORTER, 1989 p.197).

Assim, um dos papéis do governo brasileiro no território do futebol deveria ser o de apoiar os produtores (CBF e clubes) para que estes fossem mais competitivos.

Podemos observar a forte presença do Estado, principalmente, em três diferentes momentos. Nas décadas de 1930 a 50, observamos uma expansão do Estado no território do futebol, na construção das ideias nacionalistas e dos estádios. Nas décadas de 80 e 90, ao contrário, houve uma forte retração do Estado e a expansão do mercado do futebol ficou submetida à lógica do mercado e do lucro. Recentemente, sua participação tem se dado na Copa do Mundo FIFA no Brasil.

Proni nos lembra que:

...o Estado brasileiro exerceu um papel decisivo nos principais momentos da reestruturação do futebol profissional. Tanto a indução ao profissionalismo e a criação do CND, durante a primeira era Vargas, quanto a implantação do campeonato nacional, a regulamentação da profissão do jogador de futebol e a criação da CBF, durante o período da ditadura militar, podem ser interpretadas como passos importantes na direção da atualização do futebol brasileiro.... independentemente dos motivos dessa intervenção, o que importa é que, durante mais de cinquenta anos, o futebol profissional precisou da tutela estatal para se estruturar e crescer.(PRONI, 2000, p.147)

Torna-se oportuno lembrar que, durante o período militar, o presidente Médici apresentava-se como “um homem apaixonado por futebol”. Durante seu governo, com a vitória da seleção e a conquista do tricampeonato da Copa do Mundo FIFA, o governo usou a propaganda como “arma” política, com *slogans* do tipo “noventa milhões em ação pra frente Brasil, salve a seleção”, “ninguém segura este país” e “ame-o ou deixe-o”. Destacamos a expressão “salve a seleção”, no sentido de mostrar que os atletas que atuaram naquela equipe foram tratados como heróis, com objetivos populistas, entre eles o de tentar suavizar os efeitos da ditadura no Brasil.

Em outro momento, o fortalecimento do sentido heróico dos jogadores das seleções brasileiras foi dado pelo governo do presidente Lula, que propôs um projeto de Lei PL-7377/2010, denominado “Bolsa Copa”, que tramita hoje na Câmara dos Deputados e “dispõe sobre a concessão de prêmio (R\$ 100.000,00) e de auxílio especial mensal (pensão especial até o valor de R\$ 3.467,40) aos jogadores das seleções campeãs do mundo de 1958, 1962 e 1970”. A fundamentação que acompanha a solicitação é assinada pelo Ministro de Estado do Esporte, Sr. Orlando Silva de Jesus Junior, de onde destacamos

“...nossos heróis esportivos a propósito, vale enfatizar o valor da atuação desses atletas que com total dedicação e competência alcançaram honrosos títulos para o nosso País, levando-os a se destacar soberanamente no cenário internacional”⁴⁹.

Nosso objetivo não é discutir o mérito, muito menos a capacidade do INSS em suportar tais despesas. O que nos chama a atenção é que, na linha de raciocínio dos “heróis”, o governo relaciona o futebol ao patrimônio histórico brasileiro⁵⁰, o mesmo tratamento dado pela Lei Pelé 9615/98, alterada pela Lei 10672/03, no artigo 4º, § 2º - “A organização desportiva do País, fundada na liberdade de associação, integra o patrimônio cultural brasileiro e é considerada de elevado interesse social...”. [grifo nosso]

Encontramos amparo para a defesa do futebol como patrimônio cultural na orientação apresentada pelo Ministério Público Federal:

⁴⁹ O projeto e seu acompanhamento pode ser visto em

http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=478216# acessado em 01/06/2011

⁵⁰ Estamos usando o conceito de herói nacional apresentado por Verônica Telles e Cléa Fernandes Ramos Valle, O mito do conceito de herói, como sendo “a personagem da história de um povo que lutou em prol de seus cidadãos e por ter praticado atos de auto-sacrifício pelo seu país e trabalhado em um grande feito no campo de batalha ou ainda numa força de trabalho.... É o caso de Tiradentes, um herói com direito a feriado nacional, o que torna mais fácil a sua memorização e valorização....” [grifo nosso] disponível em http://revista.isat.edu.br/?page_id=56 acessado em 04/06/2011

O Patrimônio cultural é interesse de todos os brasileiros e um dos campos de atuação do Ministério Público Federal. Denomina-se patrimônio cultural o conjunto de bens, materiais ou imateriais, que traduzem a história, a formação e a cultura de um povo, uma comunidade ou um país.⁵¹

Como detalhadamente apresentado no início deste capítulo, não há o que discutir sobre a existência de fortes relações entre o futebol e a cultura, em nosso país.

Complementarmente, lembramos ainda que o Brasil é signatário da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, da UNESCO, adotada em Paris, em 17 de outubro de 2003. Destacamos que, na Seção III da Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, no plano nacional, no art. 11, aparecem como Funções dos Estados: Parte a) adotar as medidas necessárias para garantir a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial presente em seu território.⁵² A convenção foi assinada em 3 de novembro de 2003, Decreto Lei nº. 5.733, de 12 de abril de 2006, emitida pela Sub chefia para assuntos jurídicos, da Casa Civil da Presidência da República.

Ora, admitindo-se o futebol como patrimônio cultural, e em nossa opinião assim o é, como justificar que a CBF goze de completa autonomia como dirigente do futebol brasileiro, conforme o art. 1º. do seu estatuto, dada a importância deste patrimônio cultural para o Brasil?

Por outro lado, não queremos com isto admitir que o Estado deva intervir de forma a estatizar o futebol, como já o fez na época do Governo Vargas, quando os clubes eram ligados ao governo federal. Admitimos a participação do Estado como um dos elementos de um grupo que seria formado por atores ligados diretamente ao futebol, mais a sociedade organizada e o Ministério Público como fiscalizador, o que poderia resultar numa governança mais adequada do futebol como patrimônio cultural brasileiro.

Reconhecemos o avanço da participação do Estado, garantida também pela Lei 10.671, chamada de Estatuto de Defesa do Torcedor, que estabelece uma série de mudanças na organização do futebol. No entanto, na sua essência, ele apenas reforça que o futebol está submetido à lógica de mercado, com os torcedores

⁵¹ A cartilha do MP encontra-se disponível em http://www.pgr.mpf.gov.br/conheca-o-mpf/publicacoes/folheteria-tematica/09_web_folheteria_patrimonio_cultural_101.pdf acessado em 04/06/2011

⁵² O decreto completo e a convenção podem ser vistos em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5753.htm acessado em 04/06/2011

recebendo tratamento jurídico de consumidores, sendo defendidos pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Identificamos ainda a Lei nº. 11438, de 29 de dezembro de 2009, que dispõe sobre incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo; a Lei nº. 11.345, de setembro de 2006, que dispõe sobre a instituição de concurso de prognóstico (jogo de loteria Timemania), “destinado ao desenvolvimento da prática desportiva, à participação de entidades desportivas da modalidade futebol nesse concurso e ao parcelamento de débitos tributários... [dos clubes]”. Também podemos observar a presença do Estado na arrecadação de receita de outros jogos da loteria ligados ao futebol. Segundo o *site* da Caixa Econômica Federal, são elas a Loteca e Lotogol.

Observamos ainda a participação dos governos estaduais e municipais como proprietários de locais para a prática esportiva (estádios), conforme demonstrado na tabela 4. A participação do governo ficou ainda mais evidenciada a partir da captação da Copa do Mundo FIFA 2014, posto que a construção ou reforma de estádios têm recebido fortes investimentos públicos, conforme será demonstrado nos próximos capítulos.

Nesse contexto, o Estado atua, ora como negligente no cumprimento de suas obrigações de cuidar e zelar do patrimônio cultural brasileiro, conforme determina a Constituição Federal nos seus artigos 215, 216 e 217⁵³; ora como garantidor apenas de normas jurídicas, delegando aos clubes e à CBF toda a autonomia para a efetivação do esporte; ora como anistiador de dívidas dos clubes; ora como explorador de receitas de loterias ligadas ao futebol e, mais recentemente, como financiador de obras nos estádios.

⁵³ Seção II

DA CULTURA

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

Art. 217. É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um, observados:

- I - a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto a sua organização e funcionamento;
- II - a destinação de recursos públicos para a promoção prioritária do desporto educacional e, em casos específicos, para a do desporto de alto rendimento;
- III - o tratamento diferenciado para o desporto profissional e o não-profissional;
- IV - a proteção e o incentivo às manifestações desportivas de criação nacional.

Vimos que a participação do Estado no território do futebol brasileiro tem se dado de diferentes formas. Proni nos ensina que:

“...nos anos noventa, o governo continuou tomando para si a tarefa de moralizar e racionalizar as instituições esportivas, mas com duas diferenças em relação ao passado: 1) agora, qualquer intervenção deve ser discutida e aprovada pelo Congresso nacional, isto é, pelos representantes da sociedade civil: 2) prevalece a crença de que os investimentos em infraestrutura e o desenvolvimento do esporte de alto nível cabem ao setor privado, que tem então maior liberdade para organizar o futebol no país. Esta “privatização” do futebol profissional encontra resistências de todos os lados – de torcedores, de jornalistas, de políticos e de dirigentes, que ainda vêem o futebol como uma “festa do povo”. Mas tem sido uma resistência frágil, politicamente desarticulada, que conta com poucos expoentes, em particular no Brasil”. (PRONI, 2000, p. 263) [grifo nosso]

Chamamos a atenção para o primeiro grifo, pois entendemos que o Estado admite a importância do seu papel de moralizar e racionalizar o futebol. Se assim o faz é porque reconhece a necessidade de fazê-lo, e se não o faz mostra-se omissos ou negligente. Quanto à exigência de que tais intervenções sejam discutidas no Congresso Nacional, assim como destacado no segundo grifo, salientamos que não há nenhuma evidência de que a captação da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil tenha sido votada no Congresso Nacional e que os investimentos para o evento tenham merecido ampla discussão no Congresso, conforme será descrito mais adiante. Por sinal, o terceiro grifo destaca que os investimentos em infraestrutura devem ser providenciados pelo setor privado, o que não vem ocorrendo na preparação do evento a que nos referimos.

A legislação apresentada chama a atenção para a necessidade de cumprimento ao que ela determina, tendo em vista o conflito jurídico que se estabelece entre as legislações, no entendimento do futebol como patrimônio cultural. A não observância dos cuidados necessários com o patrimônio cultural exige a atuação do Ministério Público, inclusive sendo sugerida em cartilha orientadora deste órgão. “Tanto empresas e particulares como entidades públicas podem ser responsabilizadas por violações contra o patrimônio cultural. Se souber de alguma irregularidade, comunique ao MPF.”⁵⁴

Do exposto, concluímos que no Brasil o futebol não está garantido como patrimônio cultural, sendo tratado como um produto, organizado e gerido sob a hegemonia da CBF, por uma lógica de mercado, que vem transformando os clubes em empresas e os torcedores em consumidores.

⁵⁴ http://www.pgr.mpf.gov.br/conheca-o-mpf/publicacoes/folheteria-tematica/09_web_folheteria_patrimonio_cultural_101.pdf acessado em 04/06/2011

As transformações que marcaram o futebol no Brasil, ao longo dos seus cem anos, foram condicionadas, em primeira instância, pelas disputas entre grupos que exercem o controle do esporte no país; em segunda instância, pelos contextos cultural, político e econômico que marcaram a sociedade brasileira em cada período e se reproduziram também no futebol; em terceira instância, pela presença hegemônica da FIFA e CBF, numa demonstração de poder, configurando uma rede socioespacial no seu território; uma quarta instância, a partir da globalização, é o fortalecimento do esporte-espetáculo, tendo a Copa do Mundo FIFA como o seu maior e mais rentável produto.

Embora o Brasil seja o único pentacampeão da Copa do Mundo de Futebol FIFA, o que, em tese, poderia indicar uma vantagem competitiva, identificamos que falta ainda uma gestão mais profissional do futebol e dos clubes, para que os mesmos se tornem mais competitivos, sem deixar de considerar o futebol como patrimônio cultural brasileiro.

A exploração televisiva dos jogos, com visível monopólio da Rede Globo, merece atenção especial do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), como órgão competente para fiscalizar as licitações que envolvem as transmissões dos jogos. Na atualidade, o axioma: a televisão está “matando” o futebol, mas o futebol não sobrevive sem ela, resume a dramática situação em que se encontra o futebol brasileiro.

Outro ponto importante é a ausência de mecanismos de regulação no território do futebol, sendo este um dos motivos para que haja maior fragilidade na competitividade do futebol. Nossa sugestão, para uma ótima participação do Estado, seria que este se posicionasse como elemento proponente e participe na criação de um grupo executivo e gestor do futebol brasileiro que, com uma governança participativa, composta por um grupo de atores ligado ao futebol, somado ao Estado, mais a sociedade organizada, com fiscalização do Ministério Público, resultaria numa gestão mais adequada do futebol como patrimônio cultural brasileiro.

Isto poderia contribuir não só para a melhoria da prática e gestão do esporte no Brasil, como também poderia tornar o futebol brasileiro mais competitivo, lembrando que as políticas neoliberais – que ganham cada vez mais espaço no Estado moderno – têm exatamente essa premissa, a busca da satisfação das necessidades dos indivíduos.

Apresentadas as considerações sobre o território do futebol e considerando-se a Copa do Mundo FIFA como um produto inovador no território do futebol brasileiro, cabe-nos examinar como este megaevento se configura. É o que veremos no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2 – OS MEGAEVENTOS ESPORTIVOS – O CASO DA COPA DO MUNDO FIFA

Considerando-se que os megaeventos têm papel importante, destacadamente no (des) ordenamento das cidades, especialmente a partir da criação ou adequação da infraestrutura para atendê-los, a geografia pode contribuir significativamente para compreender as várias relações contidas neles, bem como analisar criticamente os possíveis legados e impactos que estes podem produzir. Complementarmente, os estudos do turismo podem contribuir para entender a dinâmica que envolve os megaeventos, desde sua captação até a organização das atividades inerentes.

Iniciamos este capítulo apresentando um histórico da Copa do Mundo FIFA, de como se deu a evolução de um evento, cujo objetivo era apenas escolher a melhor seleção de futebol do mundo, para um megaevento bilionário, que envolve diversos interesses e atores. Como exemplos, apresentamos as duas mais recentes edições, da Alemanha (2006) e da África do Sul (2010), com análises pontuais de possibilidades para o evento no Brasil, em 2014.

No decorrer do capítulo buscamos apresentar respostas para duas perguntas que nortearam nosso trabalho: Como se dá o processo de captação destes megaeventos e quem são os responsáveis? Quais seriam as razões, objetivos, impactos e possíveis legados que os países e cidades buscam atingir quando se candidatam a sedes dos megaeventos esportivos? Assim, apresentamos o processo de captação deste evento, alguns impactos *ex-ante*⁵⁵ e os maiores legados deste processo - divulgação dos países e cidades-sede, melhorias urbanísticas e incremento turístico, como justificativas para os grandes investimentos necessários para a realização dos eventos.

Buscamos identificar também como este megaevento, sendo um projeto estratégico para as cidades-sede, está sendo tratado nas políticas públicas.

Considerando que, durante a Copa do Mundo FIFA, o turismo é fortemente utilizado para justificar vários investimentos nas cidades, tendo em vista a possibilidade de atrair turistas e receita para os países e cidades-sede, buscamos apresentar uma análise a partir do turismo de eventos e de esportes no megaevento.

⁵⁵ Impactos *ex-ante* são utilizados como metodologia capaz de fazer previsões sobre impactos diretos e indiretos que um evento pode produzir na economia

2.1 A Copa do Mundo FIFA

Um megaevento pode ser considerado como “um acontecimento de curta duração, com resultados permanentes por longo tempo nas cidades e países que o sediam e está associado à criação de infra-estrutura e comodidades para o evento” (ROCHE, 1994, p. 19).

Ampliando este conceito, Hall apresenta a seguinte definição:

Megaeventos tais como as Feiras Mundiais e Exposições, a Copa do Mundo ou as Olimpíadas são eventos especificamente direcionados para o mercado de turismo internacional e podem ser adequadamente descritos como ‘mega’ em virtude de sua grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro, do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da comunidade anfitriã. (HALL, 1992, p.192-4)

Entre os megaeventos destacamos os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo FIFA, objeto deste estudo, que são, indiscutivelmente, os eventos mundiais que apresentam maior investimento, número de participantes e telespectadores. Assim, considerando que o Brasil terá oportunidade de sediar os dois, em 2016 e 2014, respectivamente, estes necessitam ser pesquisados e sua grandiosidade analisada.

Embora ambos estejam ligados a esportes, eles apresentam duas características que os diferenciam significativamente. Enquanto os Jogos Olímpicos envolvem várias modalidades esportivas, a Copa do Mundo FIFA é centrada exclusivamente na modalidade futebol. Outro aspecto é em relação à difusão espacial dos eventos. Os jogos Olímpicos acontecem em apenas uma cidade-sede; em alguns casos, dependendo da exigência de recursos especiais para uma dada modalidade, pode demandar outra cidade como apoio. No caso da Copa do Mundo FIFA, ela acontece em várias cidades de um país.

Estes eventos também podem ser considerados como megaeventos, pois atingem vários países do mundo, seja na participação com atletas e equipes técnicas, turistas/torcedores, seja com telespectadores. Além disso, os bilhões em receita que os eventos geram os caracterizam como megaeventos.

No nosso caso de estudo, optamos por estudar a Copa do Mundo FIFA com o objetivo de apresentar sua evolução e mostrar como ele se transforma de um evento

a um megaevento. Assim, iniciamos apresentando um breve histórico da Copa do Mundo FIFA e das conquistas de títulos pelo Brasil.⁵⁶

O Campeonato Mundial de Futebol ou Copa do Mundo é um torneio de futebol masculino realizado a cada quatro anos e organizado pela FIFA. Sua idealização se deu em 26 de maio de 1928, no Congresso da FIFA em Amsterdã, quando o presidente da entidade, o francês Jules Rimet, finalmente conseguiu aprovação de um plano antigo: a realização de um torneio mundial de futebol.

No ano seguinte, no Congresso de Barcelona, a FIFA determinou que o torneio fosse realizado no Uruguai, que era a grande potência do futebol mundial, sendo a seleção bicampeã olímpica na modalidade, e que poderia comemorar o centenário da sua independência como anfitrião da primeira copa do mundo de futebol. A primeira edição aconteceu em 1930, com 13 seleções convidadas a participar do evento, não havendo torneio eliminatório preliminar.

Para a FIFA, a primeira Copa do Mundo foi um grande sucesso, o que garantiu a adesão de novas seleções ao torneio seguinte, em 1934, na Itália. O sucesso do torneio anterior atraiu a inscrição de 32 países, que tiveram que disputar eliminatórias para a escolha dos 16 finalistas. O ditador italiano Benito Mussolini percebeu a já crescente popularidade da Copa do Mundo e aproveitou a oportunidade para difundir suas ideias fascistas, dando um tom político à competição.

A FIFA decidiu que a França seria a sede do evento em 1938, alegando que o torneio seria uma excelente oportunidade para dissipar a tensão política do momento, que antecedia a Segunda Guerra Mundial, razão pela qual as edições de 1942 e 1946 não ocorreram.

Em 1950 o Brasil sediou a 4ª edição do evento, nas cidades de Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. Contou com duas presenças ilustres: o Uruguai, que depois de 20 anos voltava a lutar pela taça de ouro, e a Inglaterra, que finalmente se filiava à FIFA. Dos 16 participantes, apenas 13 compareceram. “...entretanto, aqui no Brasil, ninguém dava bola para as ausências, a não ser, evidentemente, os dirigentes da Confederação Brasileira de Desportos (CBD), sempre preocupados com um fracasso financeiro...”⁵⁷

⁵⁶ Histórico completo encontra-se disponível em www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2002/020329_copa30.shtml acessado em 15/07/2009

⁵⁷ Disponível em <http://www.museudosesportes.com.br/noticia.php?id=76> acesso em 15/07/2009

Já naquele momento, para a entidade máxima do futebol no Brasil, responsável pela apresentação da seleção brasileira, os interesses econômicos eram mais importantes que o desempenho do próprio esporte. “O torcedor, o povão, só pensava mesmo era na nossa seleção, cujos treinos começaram com uma antecedência de quatro meses antes da estréia”⁵⁸. Isto pode explicar a decepção do povo brasileiro que, em 16 de julho, assistiu a derrota do Brasil para o Uruguai, no estádio do Maracanã, que calou seu grito de campeão mundial. Esta derrota foi considerada uma tragédia, segundo vários *sites* de futebol, e, hoje, pode ser considerada um fato que está influenciando o orgulho do povo brasileiro em sediar novamente o evento em 2014.

A Suíça sediou o evento em 1954, tendo sido escolhida por sua neutralidade na Segunda Guerra Mundial, o que a poupou da destruição imposta aos outros países pelo conflito. O evento foi o último presidido pelo francês Jules Rimet.

Em 1958 foi a vez da Suécia sediar o evento. Ali o Brasil conseguiu seu primeiro título de campeão do mundo de futebol. No Chile, em 1962, o Brasil conseguiu seu segundo título. A Inglaterra recebeu o evento em 1966 e em 1970, no México, o Brasil conseguiu seu terceiro título, levando a rigidez do regime militar para a seleção brasileira, fortalecendo a ditadura e a CBD. O Brasil vivia um período de incertezas políticas e os ânimos precisavam ser acalmados. Para isso, o presidente general Emílio Garrastazu Médici usou a tática dos imperadores romanos: a política do “pão e circo”. A CBD recebeu todo o respaldo governista para que o time fosse comparado com o próprio país, ficando a imagem de que se o Brasil desse certo no futebol também daria certo o regime proposto pelos militares até então, mostrando que a ditadura não era tão ruim quanto se mostrava (na visão da propaganda militar), utilizando-se do futebol para aplicar sua ideologia do “milagre brasileiro”.

Em 1974, foi a vez da Alemanha abrigar o evento. Neste ano, em substituição ao inglês Stanley Houss, então presidente da FIFA, tomou posse o brasileiro João Havelange, o primeiro não europeu no comando da entidade, ocupando o cargo por 24 anos, depois de ter sido presidente da CBD de 1956 a 1974. Durante sua gestão

⁵⁸ Op. Cit.

na FIFA, com uma visão comercial, o futebol passou a ser visto como um grande negócio, com dimensões até então inimagináveis.⁵⁹

A edição de 1978 aconteceu na Argentina e a de 1982 na Espanha. Neste mundial a FIFA aumentou o número de países participantes de 16 para 24, de modo a refletir no crescimento das receitas e interesses financeiros e políticos da entidade. O evento já tinha se tornado um negócio milionário, atraindo a maior audiência entre os eventos esportivos.

No México, em 1986, a duração do evento passou de 25 para 30 dias. A Copa do Mundo na Itália, em 1990, evidenciou o espetáculo esportivo como um grande negócio.

Mais um título para o Brasil na Copa de 1994, nos Estados Unidos, fez com que o evento tivesse a maior média de público (70 mil pessoas). Cerca de 3 bilhões de telespectadores, no mundo, acompanharam o torneio, atendendo aos objetivos de lucros da FIFA, que era o de conquistar também o mercado americano, onde a preferência do torcedor não é pelo futebol.

A 16ª edição do evento em 1998, na França, ficou marcada pelos escândalos entre patrocinadores do evento - FIFA, CBF e jogadores. Segundo vários *sites* esportivos, o Brasil “perdeu” a final do campeonato para o país-sede, numa sequência de notícias mal explicadas, que envolveram corrupção.

Em 2002, pela primeira vez, o evento aconteceu na Ásia, numa coligação Japão/Coréia do Sul, cumprindo, entre outros objetivos da FIFA, o de difundir o futebol por todo o mundo. Nesta edição o Brasil conquistou o título de pentacampeão no campeonato.

Para melhor compreender a importância política e econômica deste megaevento, apresentamos algumas considerações sobre os exemplos das duas últimas edições da Copa do Mundo FIFA, com comparações que podem ser úteis para a compreensão da edição brasileira de 2014.

⁵⁹ Havelange conquistou a cúpula da FIFA e anunciou: “*Vim vender um produto chamado futebol*”. (...) “*Os novos protagonistas do futebol mundial, países da África, Oriente Médio e Ásia dão a Havelange uma ampla base de apoio, mas seu poder se nutre, sobretudo, da associação com algumas empresas gigantescas como a Coca-Cola e a Adidas. Em seu mandato, dobrou a quantidade de países nos campeonatos mundiais: eram dezesseis em 1974 ...[hoje] são 32*” Fonte: Galeano, Eduardo. *Futebol ao Sol e Sombra*. Ed. L&PM, 2004 p. 143-144

a) Exemplo da Copa da Alemanha (2006)

O campeonato na Alemanha, em 2006, aconteceu em 12 cidades-sede, com os seguintes números de jogos: Berlim (7), Colônia (6), Dortmund (6), Frankfurt (5), Gesenkirchen (5), Hamburgo (5), Hanover (5), Kaiserlautern (5), Leipzig (5)⁶⁰, Munique (5), Nurenberg (5) e Sttugart (5).

Tal qual está sendo proposto para o Brasil em 2014, a Alemanha também apresentou o mesmo número de cidades-sede. No entanto, a Alemanha é um país com 356.733 km² e o Brasil 8.514.876 km². Disto resulta grande diferença de planejamento e investimentos, especialmente nas questões de mobilidade.

Embora a Alemanha tenha recebido mais de 2 milhões de turistas durante o evento e o Brasil espere receber 600 mil, segundo o *site* do ministério do turismo⁶¹, não podemos deixar de considerar que a localização geográfica da Alemanha, com distâncias pequenas entre os maiores países emissores de turistas, pode justificar estes números. Além disso, as várias alternativas de transporte entre os países próximos facilita os deslocamentos. No caso brasileiro, esta distância implica maiores gastos com transportes, podendo significar dificuldade no alcance dos 600 mil turistas. Contrapondo-se a isto, o Ministério do Turismo aposta no apelo para se “descobrir” o Brasil como novo destino turístico.

Outra diferença está no fato de que a Alemanha não construiu novos estádios, optou pela reforma dos existentes, pois, para o tesoureiro da Federação Alemã de Futebol, Horst Schmidt, o planejamento financeiro precisaria continuar depois da Copa, para que o estádio continuasse sendo utilizado.

A manutenção de um estádio depende de como se utiliza. Nós tivemos a sorte, aqui na Alemanha, de que todos os estádios são utilizados para os jogos da primeira e da segunda liga. Com isso, há uma renda regular pela qual se mantém uma instituição dessa grandeza. O pior que pode vir a acontecer em um investimento desse é construir uma grande arena que, no fim, não se utiliza para nada.⁶²

Chamamos atenção para este fato, pois o Brasil, além das reformas em alguns estádios, também está construindo novos, atendendo às exigências da FIFA. No entanto, estudos sobre a utilização destes parecem não indicar capacidade

⁶⁰ A única cidade localizada na antiga Alemanha Oriental, o que pode sugerir que, no território do futebol os efeitos da guerra fria, ainda podiam ser sentidos.

⁶¹ Disponível em www.turismo.gov.br acessado em 20 de junho de 2010

⁶² <http://www.folhape.com.br/index.php/noticias-geral/33-destaque-noticias/579122-reforma-ou-construcao-de-estadios-e-prioridade-para-receber-copa-do-mundo> acessado em 20 de julho de 2010

produtiva no futebol brasileiro capaz de evitar a criação de “elefantes brancos”⁶³, como será visto no capítulo III deste trabalho.

Admitimos que os estádios brasileiros, segundo o SINAENCO⁶⁴, não apresentam condições de atender ao evento, segundo os padrões criados pela própria FIFA. No entanto, os interesses políticos, quanto ao número de cidades-sede (12) e às exigências da entidade para as arenas, sugerem que o Brasil é mais permissivo em cumpri-las do que foi a Alemanha, conforme será mais detalhadamente apresentado no capítulo seguinte.

Segundo o Sr. Orlando Silva, Ministro de Estado dos Esportes no Brasil, em entrevista para a redação do *site* Terra, onde é ilustrado o exemplo da Copa da Alemanha, o investimento total no evento foi de 3.9 bilhões de euros na construção de rodovias, 3,58 bilhões de euros em transporte e 2 bilhões de euros em infraestrutura de estádios, num total de 9,48 bilhões de euros. Nesta copa estiveram presentes mais de 500 emissoras de TV, que produziram 71 mil horas de transmissão. O país recebeu 18.850 profissionais de mídia e foram 26,3 bilhões de espectadores em mais de 214 países. Só com direitos de transmissão de imagem, a FIFA faturou 2,1 bilhões de euros.⁶⁵

No entanto, esta grandiosidade parece não ter tido o efeito econômico esperado pela Alemanha. Segundo estudos feitos pelos economistas alemães Karl Brenke e Gert Wagner, do Instituto Alemão de Pesquisa Econômica DIW (2006)⁶⁶, “a Copa do Mundo não teve qualquer efeito positivo para a recuperação da economia alemã”.

Os economistas demonstraram, com base em estatísticas, que as expectativas econômicas em relação ao Mundial eram exageradas. “A Copa é um evento simplesmente pequeno demais para influenciar o crescimento econômico. O Mundial foi uma bela festa, nada mais”, segundo Wagner (2006)⁶⁷.

⁶³ “elefantes brancos” – termo popular que indica equipamentos com pouca utilização, cujas receitas não pagam as despesas e o investimento

⁶⁴ SINAENCO – SINDICATO da Arquitetura e Engenharia “Estudo sobre o Estado de Manutenção e Condições dos Estádios Brasileiros disponível em <http://www.sinaenco.com.br/downloads/Estudo%20nacional.pdf> acessado em 25/04/2010

⁶⁵ <http://esportes.terra.com.br/futebol/brasil2014/ultimasnoticias/0,,EI10545,00.html> acessado em 11/03/2010

⁶⁶ WAGNER, G., BRENKE, K. The Soccer World Cup in Germany: A Major Sporting and Cultural Event – But Without Notable Business Cycle Effects. German Institute for Economic Research (DIW Berlin). No. 3, vol 2, 2006 May 23th. O artigo completo pode ser visto em http://www.diw.de/sixcms/media.php/73/diw_wr_2006-3.pdf acessado em 20/7/2010

⁶⁷ Op.cit

A avaliação econômica de megaeventos esportivos esbarra em sérios problemas estatísticos, diz o economista Markus Kurscheidt (2006), da Universidade de Bochum. "É preciso conseguir filtrar os números de outras tendências. É difícil avaliar a dimensão dos investimentos realizados por conta da Copa e quais deixaram de ser feitos por este motivo"⁶⁸.

Na avaliação do DIW, os investimentos feitos durante os preparativos para o Mundial, de 2002 a 2005, corresponderam, no máximo, a uma fatia de 0,2% a 0,7% do Produto Interno Bruto alemão. Os "vencedores econômicos" da Copa foram seus organizadores. O torneio rendeu 187 milhões de euros aos cofres da FIFA e 21 milhões de euros para a Federação Alemã de Futebol.

O setor de gastronomia também lucrou bastante com a Copa, mas sobre o comércio varejista a competição não teve qualquer efeito. A Alemanha recebeu mais turistas estrangeiros durante o Mundial do que em anos anteriores, mas seu número ficou aquém do esperado. Os gastos dos torcedores estrangeiros também não foram o que se esperava. Na melhor das hipóteses, gastaram 500 milhões de euros no país anfitrião do Mundial. O torneio também só gerou empregos temporários, por exemplo, na gastronomia, revela o estudo do DIW (2006).

Neste ponto, o prognóstico parece ter sido superestimado. Vários *sites* apresentaram que peritos e consultores – alguns deles ligados aos patrocinadores da Copa – haviam previsto que o torneio teria um efeito econômico da ordem de 10 bilhões de euros e que geraria 10 mil empregos duradouros na Alemanha. "Quem espera lucrar, naturalmente tenta destacar o significado econômico do evento", diz Wagner (2006).

Na opinião de Kurscheidt (2006), as previsões otimistas dos alemães até foram modestas. "Antes da Copa de 2002, no Japão e na Coréia do Sul, falou-se em números muito altos. Estados inteiros seriam saneados financeiramente com a competição"⁶⁹.

Tanto os economistas do DIW como Kurscheidt haviam feito previsões bem mais moderadas do que outros economistas alemães. "Um mês de festa não pode garantir uma chuva de dinheiro para o ano inteiro", diz Kurscheidt (2006).

⁶⁸ Op.cit

⁶⁹ O artigo completo pode ser visto em http://www.diw.de/sixcms/media.php/73/diw_wr_2006-3.pdf acessado em 20/7/2010

Mas isso não significa que a Copa não trouxe qualquer efeito positivo para a Alemanha. "O mais importante num grande evento esportivo é a publicidade para o país". "E nesse sentido tivemos sorte, com temperaturas como na Espanha, um clima como no Brasil, com a ideia das festas da torcida. O Mundial não poderia ter sido melhor", concluiu o autor.

No caso da Alemanha, pudemos verificar que, do ponto de vista econômico, o evento não atendeu às expectativas dos seus planejadores. No entanto, podemos sugerir outros possíveis objetivos atendidos com o evento: melhorar a imagem da Alemanha e de seu povo, tido como xenófobo e "frio"; tentar apagar resíduos deixados pela II guerra mundial; mostrar ao mundo uma Alemanha unificada. Neste sentido, podemos admitir que o evento teve sua contribuição. Concluimos isto com fundamentação no lema escolhido para o mundial "o mundo entre amigos" e na afirmação citada por Kurscheidt, considerando o evento como uma festa. Consideramos que as fan-fests⁷⁰ foram o grande marco deste evento, pois, reunindo mais de 18 milhões de pessoas⁷¹, permitiram a participação do público que não conseguiu adquirir ingressos, aproximando os turistas da população local. Estas festas tornaram-se para a FIFA um sub-produto interessante do ponto de vista econômico e organizacional, tendo sido incorporadas ao evento Copa do Mundo FIFA.

Fig 11 - Foto de Fan fest em Leipzig durante a Copa do Mundo FIFA 2006⁷²



⁷⁰ Consideradas festas de torcedores, são eventos dentro do megaevento da Copa do Mundo FIFA, organizadas em espaços públicos, com telões, venda de alimentos e bebidas e produtos licenciados da FIFA.

⁷¹ Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/copa-2010/tag/fan-fest/> acessado em 30/09/2010

⁷² Disponível em www.service-eine-welt.de acessado em 30/09/2010

b) Exemplo da Copa da África do Sul (2010)

A África do Sul organizou o evento em 9 cidades-sede e 64 jogos, assim distribuídos: Johannesburgo (15) distribuídos em dois estádios, Bloemfontein (6), Pretória (6), Cidade do Cabo (8), Port Elizabeth (8), Nelspruit (4), Durban (7), Rustenburg (6), Polokwane (4).

Embora o país tenha optado por um número menor de cidades, se comparado com a Alemanha e com a proposta do Brasil, podemos considerar que a difusão espacial do evento pelos 1.221.037 km² do país apresentou algumas características que podem ser consideradas na edição brasileira, conforme apresentado na figura 12, que ilustra a localização e as distâncias entre as cidades-sede na África do Sul.

Fig. 12 - Distribuição das cidades-sede e dos estádios na Copa do Mundo FIFA



Admitindo-se que uma seleção poderia jogar na Cidade do Cabo, localizada ao sul do país, e depois jogar em Polokwane, ao norte, isto implica percorrer aproximadamente 1700 km. Para a Copa no Brasil, em 2014, as distâncias são ainda maiores se pensarmos num jogo em Porto Alegre e outro em Manaus, Fortaleza ou Natal, por exemplo, com distâncias aéreas superiores a 3.000 km.

Com relação aos investimentos feitos pela África do Sul, para atender às exigências do evento, segundo a Comissão de Serviços Públicos⁷³, estes foram inicialmente orçados em: transportes US\$ 643 milhões, estádios US\$ 600 milhões, comitê de organização US\$ 23 milhões, tecnologia de comunicação e informação US\$ 18 milhões, aeroportos US\$ 11 milhões, segurança US\$ 5 milhões, transmissão de televisão US\$ 2,8 milhões, projetos de legados US\$ 2,4 milhões, projetos de cultura e arte US\$ 1 milhão, treinamento de voluntários US\$ 170 mil, mobilização da comunidade US\$ 120 mil, num total aproximado de US\$ 1,3 bilhão⁷⁴

Em 2008, foi apresentado um novo orçamento, com total de gastos da ordem de 2,5 bilhões de euros, equivalente a R\$ 5.782 bilhões⁷⁵. No entanto, segundo Herzenberg C, somente os gastos com estádios, infraestrutura de transporte e reforma de aeroportos foram da ordem de US\$ 5,2 bilhões (quase R\$ 11,5 bilhões)⁷⁶
77.

A revista Exame, segundo a repórter Giovana Suzin⁷⁸, apresentou o seguinte cenário, um mês antes do evento. O custo inicial estimado para as obras, de US\$ 3,5 bilhões, subiu para US\$ 4,2 bilhões, dos quais US\$ 1,5 bilhão só com estádios, ressaltando que, como nem tudo havia sido terminado, estes valores poderiam ser ainda maiores. Para Sérgio Rangel, do jornal Folha de S. Paulo⁷⁹, o investimento foi de R\$ 3,9 bilhões para erguer os dez estádios.

Podemos observar que, assim como está acontecendo no Brasil, as fontes informam diferentes valores investidos.

⁷³ Based on State of the Public Service Report 2009: The state of readiness of the public service for 2010 and beyond, Public Service Commission – acessado em 4/8/2010

<http://www.info.gov.za/view/DownloadFileAction?id=107892> acessado em 04/08/2010

⁷⁴ Valores convertidos de rands para dólar na taxa de US\$ 0,14 para 1 R data da conversão 04/08/2010

⁷⁵ KEY FACTS GOVERNMENT PREPARATIONS FOR 2010 FIFA WORLD CUP SOUTH AFRICA
acessado em 04/08/2010

⁷⁶ HERZENBERG, Collette. Player and referee: conflict interest and 2010 FIFA World Cup.
www.issafrica.org.br acessado em 04/08/2010

⁷⁷ Conversão dolar real em R\$ 2,21

⁷⁸ Revista exame edição 968 no. 9 ano 44 de 19/5/2010

⁷⁹ Jornal Folha de S. Paulo 27/02/2011 Esportes D10

Do outro lado, a FIFA arrecadou com o evento, durante os anos de 2007 a 2010, o equivalente a US\$ 4,189 bilhões. Somente com a Copa do Mundo, foram mais de US\$ 3,2 bilhões com direitos de transmissão, sem pagar um centavo sequer em impostos ao país-sede⁸⁰. É oportuno destacar que os países que sediam o evento assumem esta isenção de impostos junto à FIFA, como exigência do caderno de encargos⁸¹, implicando revisão ou criação de leis que possibilitem atendimento a esta imposição.

Na edição brasileira, o que estamos observando parece indicar que os valores a serem investidos vêm apresentando aumentos significativos, seguindo o mesmo padrão do que aconteceu na edição da África do Sul. Segundo vários *sites* esportivos, quando da apresentação do projeto, os valores a serem investidos pelo Brasil com o evento eram, inicialmente, da ordem de R\$ 5 bilhões, sendo R\$ 2 bilhões com estádios, captados com parcerias público-privadas. No entanto, segundo o Relatório da situação da Copa do mundo FIFA 2014 no Brasil, realizado pelo Tribunal de Contas da União – TCU⁸²

... estima-se que os gastos deverão superar R\$ 17,3 bilhões, considerando-se apenas os recursos da União e os empréstimos dos bancos oficiais, sendo R\$ 11,5 bilhões para obras de estádios e de mobilidade urbana e R\$ 5,8 bilhões para reforma e ampliação de aeroportos e portos. Só com os estádios a conta já supera os R\$ 5 bilhões”....”Esse valor não inclui outras prováveis despesas, como desenvolvimento da infraestrutura voltada para o turismo, investimentos em segurança e em saúde, além da aquisição de equipamentos e da promoção de eventos.

Além disso, o acompanhamento das obras sugere que o atraso nestas poderá acarretar aumento dos valores, como acompanhamos na África do Sul, além da possibilidade destas acontecerem, pela urgência, sem licitação.

Desde a escolha das cidades-sede até os gastos com infraestrutura e estádios, e mais as exigências de cumprimento do caderno de encargos, tudo é estabelecido e exigido pela FIFA.

A Copa da África apresentou uma expectativa de turistas estrangeiros em torno de 450 mil, segundo o ministro do turismo da África do Sul⁸³, o que parece não ter acontecido. A agência oficial escolhida pela FIFA para oferecer os pacotes

⁸⁰ [http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/01/39/20/45/web_fifa_fr2010_eng\[1\].pdf](http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/01/39/20/45/web_fifa_fr2010_eng[1].pdf)
acessado em 26/04/2011

⁸¹ O caderno de encargos é o documento que o país sede assina, assumindo a capacidade de atender às exigências estabelecidas pela entidade promotora do evento.

⁸² http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-1942011173821-relatorio%20copa%202014_miolo_web.pdf
acessado em 25/4/2011

⁸³ HERZENBERG, Collette. Player and referee: conflict interest and 2010 FIFA World Cup.
www.issafrica.org.br acessado em 20/08/2010

turísticos aos torcedores – Match Match Event Services AG and Match Hospitality- devolveu 300 mil noites reservadas nos hotéis⁸⁴. Também houve uma previsão de criação ou manutenção de 400 mil trabalhos temporários e aumento de 0,5 % do PIB em 2010.⁸⁵

Pesquisas recentes do South African Tourism, apresentadas depois do evento, mostram que a África do Sul não atingiu sua previsão inicial, recebendo pouco mais de 300 mil turistas, sendo 32% do próprio continente⁸⁶. Destacamos que estes números são muito diferentes dos apresentados no *site* do Ministério do Turismo do Brasil. Segundo este, foram 1.431.138 estrangeiros que visitaram a África do Sul durante a Copa do Mundo⁸⁷. Cabe salientar que, no estudo realizado pelo órgão de turismo da África do Sul, o número citado pelo ministério do turismo brasileiro é do total de turistas estrangeiros que visitaram a África do Sul, e destes somente 309.554 foram por causa do evento, conforme demonstra a figura 13.

Fig. 13 – Chegada de turistas estrangeiros na África do Sul em 2010 para a Copa do Mundo FIFA. Fonte: SouthAfrica – impact of 2010 FIFA World Cup⁸⁸



⁸⁴ <http://copadomundo.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/04/15/com-mundial-sem-popularidade-africa-do-sul-ve-encalhe-nos-hoteis.jhtm> visitado em 16 de abril de 2010

⁸⁵ www.copafrica.net.br/copa2010 visitado em 21 de junho de 2010

⁸⁶ Disponível em <http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-712011154546-world%20Cup%20Impact%20Study.pdf> acessado em 20/08/2010

⁸⁷ http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/turismo_copas/ acessado em 27/12/2010

⁸⁸ Op. cit

Neste sentido, cabe destacar o que o economista alemão Wagner, citado no exemplo da copa da Alemanha, comentou sobre como os números dos megaeventos podem ser superestimados para atender aos interesses de organizadores e patrocinadores.

Outra observação relevante diz respeito às cidades-sede mais visitadas. A província de Guauteng, onde se localiza Pretória e dois estádios utilizados no evento, foi a que recebeu o maior número de turistas, 223.039⁸⁹. Inferimos que as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, assim como o ocorrido na África do Sul, deverão receber o maior número de turistas, considerando-se a proximidade destas, o fato de serem as cidades mais conhecidas do Brasil no exterior, terem a melhor e maior infraestrutura turística, e dois dos estádios que estão sendo propostos para o evento, respectivamente Itaqueroão (?)⁹⁰ e Maracanã.

Neste sentido, considerando que a África do Sul, assim como o Brasil, está distante dos principais polos emissores de turistas, acreditamos que também possamos ter dificuldades em atingir os 600 mil previstos pelo Ministério do Turismo Brasileiro. E ainda mais, comparativamente, a África do Sul recebe mais turistas que o Brasil. Em 2008, segundo o Ministério do Turismo da África do Sul, o país recebeu 9,6 milhões de turistas, sendo 5,5% a mais que em 2007⁹¹, enquanto que no Brasil, no mesmo período⁹², segundo o Ministério do Turismo Brasileiro, foram 5,1 milhões de turistas, sendo 0,48% superior ao ano de 2007. O ano de 2009 mostra uma queda do número para 4,8 milhões, menos 4,91 em relação a 2008. Reconhecemos, porém, que o Brasil poderá superar essas diferenças acolhendo turistas de vários países sul-americanos, nossos vizinhos, pela forte identificação cultural destes com o futebol.

No caso da África do Sul, o país tinha sua imagem, no senso comum, ligada ao *apartheid*, fome, miséria e AIDS. O lema da campanha “*This time for Africa*” e as imagens produzidas durante o evento buscaram mostrar um país “pacífico” e rico em atrativos naturais e culturais, divulgando-o para bilhões de telespectadores em todo mundo, na tentativa de minimizar imagens negativas pré-concebidas e estimular o turismo no país. Mas, assim como ocorreu na Alemanha, a edição na África do Sul

⁸⁹ Disponível em <http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-712011154546-World%20Cup%20Impact%20Study.pdf> acessado em 27/12/2010

⁹⁰ (?) Até 27/06/2011 o contrato para construção do estádio ainda não foi assinado

⁹¹ Disponível em <http://www.wowinteractive.co.za/tabid/121/Default.aspx> acessado em 20/04/2010

⁹² http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/Estatxsticas_Bxsicas_do_Turismo_-_Brasil_2004_a_2009.pdf acessado em 20/04/2010

indica que os objetivos econômicos também não foram atingidos. Se houve uma melhoria na imagem do país, e se haverá aumento do número de turistas, somente novas pesquisas poderão confirmar.

Segundo relato do jornalista Jamil Chade, enviado especial do jornal O Estado de São Paulo, em Johannesburgo, o evento não atendeu às expectativas da população. Com relação a possíveis legados e impactos promovidos pelo evento, o repórter destaca:

....Passada a euforia, milhões de cidadãos continuavam desempregados e a África do Sul voltava à sua dura realidade. Depois que o circo da Copa do Mundo deixou o país, ficaram a pobreza, a aids, a violência, a desigualdade social e, principalmente, uma divisão profunda entre os líderes... Para a Anistia Internacional, o governo "limpou" as cidades de seus problemas, transferindo desabrigados e impedindo a entrada de estrangeiros.... há exatos sete dias em Johannesburgo, o governo sul-africano ordenava que tropas ocupassem algumas das regiões mais miseráveis da cidade para frear uma tensão latente de ataques xenófobos contra imigrantes estrangeiros.....⁹³

As considerações do jornalista evidenciam que o evento Copa do Mundo FIFA pode ser considerado um simulacro, uma fantasia de festa criada, representando um objeto sem realidade, onde o país e as cidades-sede apresentam uma imagem que não condiz com a realidade.

Não obstante a exposição das implicações econômicas aqui apresentadas, outra questão importantíssima, que se coloca acima destas, é a questão da soberania do país. A obrigatoriedade da instauração dos "tribunais de exceção"⁹⁴ impostos pela FIFA durante a realização do evento, nos parece o ápice da demonstração da sua hegemonia e da permissividade do Estado. Estes tribunais julgam todos os casos que envolvem torcedores e cidadãos do país-sede que praticam delitos e crimes, como, por exemplo, furtos, roubos, assassinatos e crimes contra os interesses econômicos da FIFA, nas ações de "marketing de emboscada"⁹⁵.

A agência Reuters noticiou um exemplo ocorrido na Copa do Mundo da África do Sul que bem ilustra o exposto acima. Segundo a jornalista Phumza Macanda, um dos casos que chamou a atenção foi protagonizado por uma dupla de zimbabuianos

⁹³ Disponível em http://www.estadao.com.br/estadaode hoje/20100718/not_imp582736,0.php acessado em 30/09/2010

⁹⁴ Tribunal de exceção é aquele instituído em caráter temporário ou excepcional. Tal corte não condiz com o Estado Democrático de Direito, motivo pelo qual é mais comum em estados ditatoriais.

⁹⁵ Marketing de emboscada - são os esforços de marketing voltados a aproveitar estrategicamente as ações, geralmente em eventos, iniciadas por outras empresas ou entidades, ganhando parte da notoriedade proporcionada por essas ações, porém com um custo bem menor que o que tiveram os patrocinadores do evento

armados que invadiram um hotel no norte de Johannesburgo e levaram *laptops*, telefones celulares e dinheiro. "Dois dos acusados, Bright Madzidzi, 20, e George Magubane, 28, foram sentenciados a 15 anos de prisão cada pelo assalto a mão armada", disse o comunicado da Estrutura Nacional Conjunta Operacional e de Inteligência. "Ndubuisi Odungwa, 20, nigeriano, foi sentenciado a quatro anos de prisão pela posse de propriedade roubada". O caso foi processado por um dos tribunais criados para fazer justiça rapidamente durante o Mundial.⁹⁶

Para a Agência Brasil, empresa brasileira de comunicação, a notícia publicada em 22/06/2010, pelo enviado especial ao evento, Vinicius Konchinski, apresenta:

A realização da Copa do Mundo desencadeou uma série de mudanças na legislação da África do Sul. Com base em exigências da Federação Internacional de Futebol (Fifa), foram feitas adaptações nas leis de proteção de marcas e patentes, no Código Tributário sul-africano e até no trâmite dos processos criminais em curso no país. Durante a Copa, todo crime ocorrido em estádios ou áreas diretamente relacionadas ao torneio, ou que tenham sido cometidos contra ou por visitantes que tenham vindo à África do Sul por causa do evento são julgados em cortes especiais. Essas instâncias são dedicadas exclusivamente aos crimes registrados durante a Copa e, portanto, analisam os casos com maior rapidez. Estrangeiros presos por falsificação de ingressos para jogos do torneio ou por roubo de turistas em cidades-sede do Mundial já foram julgados por esses tribunais em cerca de uma semana. As sentenças para os condenados nesses casos variou entre um ano e três anos de detenção. Entretanto, apesar de reconhecida eficiência, também existem críticas sobre a forma como os processos são julgados. O advogado sul-africano Deon Bouwa teme que suspeitos presos não tenham direito a uma defesa adequada quando julgados nessas cortes especiais.⁹⁷

Outro exemplo, bastante divulgado por diversas mídias e veículos, foi o caso do grupo de torcedoras holandesas que, usando vestidos da cor laranja, típica da marca de cerveja Bavaria, concorrente da Budweiser, patrocinadora oficial do evento, realizaram uma ação de *marketing* de emboscada no jogo entre Holanda e Dinamarca, no dia 14 de junho. Duas das torcedoras foram presas, interrogadas e tiveram seus passaportes recolhidos, liberadas após pagar fiança de cerca de 1 mil euros. O processo resultou do acordo entre a FIFA e a cervejaria, firmado durante o evento, que proíbe a empresa de tentar qualquer publicidade no evento até 2022. A informação foi revelada pelo advogado da FIFA para propriedade intelectual, Miguel Portela, que argumenta "é proibida qualquer forma de publicidade em áreas a menos

⁹⁶ Disponível em <http://br.reuters.com/article/idBRSPE65B07V20100612> acessado em 30/06/2010

⁹⁷ Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2010-06-22/copa-muda-tramite-de-processos-criminais-na-africa-do-sul> visitado em 30/06/2010

de 1 quilômetro de distância de estádios do Mundial. Apenas patrocinadores oficiais podem fazer anúncios nestas áreas, e eles pagam caro por isso”...“Temos que assegurar o direito dos patrocinadores”. Lembramos que os direitos de mídia compõem 60% dos rendimentos da FIFA⁹⁸.

Após entrevista com o advogado e pesquisador Sandor R. D. Zapata⁹⁹ sobre os casos mencionados, indagando-lhe ainda sobre a possibilidade da criação de tribunais de exceção para a Copa do Mundo no Brasil, bem como a questão da permissividade do Estado e sua soberania, foram obtidas respostas que serão apresentadas na forma de texto. (Apêndice I)

No que diz respeito à criação dos tribunais de exceção instituídos na Copa da África do Sul, não há como tecer maiores considerações acerca da forma como procedeu a Justiça da África do Sul no julgamento dos casos mencionados, haja vista o total desconhecimento da legislação constitucional e infraconstitucional sul-africana.

Todavia, ao ser analisada a questão da criação dos tribunais de exceção no Brasil, verifica-se que a Constituição Federal de 1988 consagra, como direitos e garantias fundamentais, normas que tutelam a soberania¹⁰⁰, a estrutura social democrática do Estado e a dignidade da pessoa humana.

Desta forma, o artigo 5^o¹⁰¹, inciso XXXVII¹⁰², impede a criação de tribunais de exceção, tratando-se, portanto, de um desdobramento da regra da igualdade. Além disso, o artigo 5^o¹⁰³, inciso LVIII¹⁰⁴ da Constituição Federal, dispõe sobre o princípio

⁹⁸ Disponível em www.fifa.com.br acessado em 30/06/ 2010

⁹⁹ Advogado, Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo, unidade Americana/SP, pós-graduando em Direito e Processo do Trabalho, pela Escola Paulista de Direito – EPD, com experiência jurídica nas searas do Direito e Processo do Trabalho, e Direito e Processo Civil

¹⁰⁰ Princípio fundamental da República Federativa do Brasil, cuja previsão legal encontra-se no artigo 1º, inciso I da Constituição Federal. Segundo o professor Dalmo de Abreu Dallari, em sua obra intitulada Elementos da Teoria Geral do Estado, a soberania é concebida de duas maneiras distintas: “como sinônimo de *independência*, e assim tem sido invocada pelos Dirigentes dos Estados que desejam afirmar, sobretudo ao seu próprio povo, não serem submissos a qualquer potência estrangeira; ou como expressão de *poder jurídico mais alto*, significando que, dentro dos limites da jurisdição do Estado, este é quem tem o poder de decisão em última instância, sobre a eficácia de qualquer norma jurídica”.

¹⁰¹ Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

¹⁰² não haverá juízo ou tribunal de exceção;

¹⁰³ Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

¹⁰⁴ ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente

do Juiz Natural, que consiste no reconhecimento de que o juiz é aquele investido na função jurisdicional, afastando julgamentos por outro poder.

A criação de tribunais de exceção no Brasil ofende os direitos e garantias fundamentais mencionados, além de violar outros direitos e garantias individuais amplamente asseguradas pela Constituição Federal, tais como: igualdade (art. 5º, caput), ampla defesa e contraditório (art. 5º, inciso LV¹⁰⁵), devido processo legal (art. 5º, inciso LIV¹⁰⁶), inafastabilidade do controle jurisdicional (art. 5º, inciso XXXV¹⁰⁷), entre outros.

Ademais, vale a pena destacar ainda que a República Federativa do Brasil é signatária de vários diplomas internacionais que visam assegurar e efetivar o princípio do Juiz Natural, a igualdade e a dignidade da pessoa humana. A Declaração Universal dos Direitos Humanos¹⁰⁸ estabelece que:

toda pessoa tem direito, em condições de plena igualdade, de ser ouvida publicamente e com justiça por um tribunal independente e imparcial, para a determinação de seus direitos e obrigações ou para o exame de qualquer acusação contra ela em matéria penal.

Deste modo, por onde quer que se analise a questão, seja no plano interno como internacional, verifica-se que, no atual ordenamento jurídico brasileiro, é vedado qualquer tipo de criação de tribunais de exceção. Com efeito, a permissão deste instituto para o evento da Copa do Mundo no Brasil poderá representar uma permissividade estatal sem fundamento, em detrimento dos interesses da FIFA, bem como uma ofensa ao princípio fundamental da soberania.

Concluimos que, no caso dos megaeventos da Copa do Mundo FIFA, os objetivos dos países-sede, somados aos interesses privados, articulam-se em projetos capazes de mudar o “jogo de futebol” para o “jogo político-econômico”. Os exemplos apresentados também ilustram como os planejadores superestimam os impactos *ex-ante* e possíveis legados, a fim de justificarem os investimentos para o evento.

Considerando-se a FIFA como entidade promotora do evento, seu interesse político e econômico, e as bilionárias receitas que ela vem auferindo com o mesmo,

¹⁰⁵ aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

¹⁰⁶ ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal;

¹⁰⁷ a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

¹⁰⁸ Declaração Universal dos Direitos Humanos – adotada e proclamada pela Resolução n. 217A, da III Assembléia Geral das Nações Unidas de 10.12.1948 e assinada pelo Brasil na mesma data.

podemos admiti-la como ator principal do megaevento Copa do Mundo FIFA. Entre as receitas que o evento gera para a FIFA, destacamos: transmissão televisiva, venda de ingressos, comercialização de patrocínios, exploração das *fan-fests*, licenciamento de produtos. Destacamos ainda que a permissividade dos países, no atendimento às exigências da FIFA, confere a ela ainda mais poderes neste “jogo dos negócios”.

O breve histórico apresentado permite observar a evolução do evento para um megaevento, seja pelo crescimento em número de países participantes, em número de dias de jogos, em número de torcedores e telespectadores e, principalmente, pelos bilhões em receita gerados para a entidade promotora FIFA, conforme se verifica na tabela 7.

Tabela 7 – As edições da Copa do Mundo FIFA

País sede	Ano	Jogos		Público	Arrecadação da FIFA somente com a venda de direitos de televisão (1)
		Duração No. de dias	No. de Países		
África do Sul	2010	30	32	3.178.856	US\$ 3,2 bilhões
Alemanha	2006	30	32	3.353.655	US\$ 2,1 bilhões
Coréia/Japão	2002	31	32	2.709.100	US\$ 1,2 bilhão
França	1998	32	32	2.923.000	US\$ 340 milhões
Estados Unidos	1994	31	24	3.557.500	US\$ 103 milhões
Itália	1990	30	24	2.517.300	US\$ 90 milhões
México	1986	30	24	2.403.000	n.d.
Espanha	1982	25	24	1.855.200	n.d.
Argentina	1978	25	16	1.610.200	n.d.
Alemanha	1974	25	16	1.774.000	n.d.
México	1970	22	16	1.674.000	n.d.
Inglaterra	1966	20	16	1.614.700	n.d.
Chile	1962	19	16	776.000	n.d.
Suécia	1958	22	16	868.000	n.d.
Suíça	1954	19	16	943.000	n.d.
Brasil	1950	23	13	1.337.000	n.d.
França	1938	16	15	483.000	n.d.
Itália	1934	15	16	395.000	n.d.
Uruguai	1930	18	13	435.500	n.d.

(1) Segundo especialistas, equivale a mais de 50% da receita do evento. Envolve transmissões ao longo do quadriênio dos jogos, com diversas competições, não só nos dias do evento da Copa.

Fonte: FIFA organização: própria

A tabela acima reforça o que foi dito sobre como o campeonato para eleger o melhor futebol do mundo evoluiu para um grande negócio, tal qual ocorreu com a prática profissional do futebol no mundo e no Brasil, apresentado no capítulo anterior.

2.2 Da captação aos legados

Considerando-se a importância e magnitude deste megaevento, podemos admitir que ele seja muito mais do que o planejamento, a programação, a execução e o monitoramento de uma sequência de atividades destinadas a um público específico e realizadas em local apropriado. Para Brito & Fontes:

Um evento deve ser pensado como uma atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, para o comércio local, restaurantes, hotéis e para a comunidade. Quanto maior for o evento, maior será o seu impacto econômico e social, em nível local e regional. (BRITO & FONTES, 2002, p. 14)

Partindo da conceituação dos autores, e com base nos exemplos citados, começamos a questionar quais e quem seriam os principais beneficiários, além da FIFA, e quais seriam os possíveis impactos e legados. Neste sentido, inicialmente, duas perguntas nortearam nossa pesquisa. Como se dá o processo de captação destes megaeventos e quem são os responsáveis? Quais seriam as razões, objetivos, impactos e possíveis legados que os países e cidades buscam atingir quando se candidatam a sedes dos megaeventos esportivos?

Sobre a captação destes megaeventos, identificamos que o processo é demorado, oneroso, muito competitivo e requer o envolvimento de muitos atores. A iniciativa de candidatura parte, na maioria das vezes, de uma entidade nacional filiada a uma organização internacional, que possui associados em vários países do mundo. Participam ainda, como apoiadores nesse processo, o setor corporativo - frequentemente representado pelos *Conventions Bureaux*¹⁰⁹, Secretarias de Turismo e, na esfera federal, os ministérios envolvidos com o evento.

Para se ter uma ideia de quão demorado é o processo, a captação do evento Copa do Mundo FIFA, para o Brasil, segundo o *site* da FIFA¹¹⁰, iniciou-se em 3 de junho de 2003, quando a CONMEBOL anunciou que Argentina, Brasil e Colômbia se candidatariam a sediar o evento. Em 17 de março de 2006, as confederações da CONMEBOL votaram, de forma unânime, pela indicação do Brasil como candidato único. O dia 7 de fevereiro de 2007 seria a data final para as inscrições, porém a FIFA antecipou o prazo para 18 de dezembro de 2006, data em que a Colômbia também apresentou a candidatura, mas que não contou com o apoio da FIFA.

¹⁰⁹ *Conventions bureaux* são entidades sem fins lucrativos que objetivam apoiar o desenvolvimento turístico

¹¹⁰ www.fifa.com.br acessado em 18/05/2010

Somente no dia 30 de outubro de 2007 a FIFA ratificou o Brasil como país-sede da Copa do Mundo FIFA. Das negociações de apoio junto às confederações até a oficialização da candidatura, em 30 de outubro de 2007, foram mais de 4 anos e, até junho de 2014, quando acontecerá o evento, temos um total de 11 anos.

Para sediar uma Copa do Mundo FIFA, primeiramente o país interessado deve se candidatar. Atualmente, os 24 membros do Comitê Executivo da FIFA analisam as condições de infraestrutura, estádios, segurança, turismo, entre outras, para avaliar se o país tem condições de sediar o evento.

Os países candidatos, com condições de sediar o evento, participam da eleição e a escolha se dá por voto secreto. Se um país candidato obtiver mais de 12 votos a votação é encerrada. Caso contrário, o país com menos votos é eliminado. Este processo se repete até sobraem dois candidatos. Em caso de empate, o voto de minerva é dado pelo presidente da FIFA.

Com relação à onerosidade no processo de captação, podemos destacar algumas das etapas: 1. Levantamento dos principais eventos possíveis de serem captados; 2. Pesquisa sobre o histórico destes eventos, principalmente com relação às cidades-sede das edições anteriores, infraestrutura necessária, demanda potencial e principais concorrentes, com objetivo de conhecer as reais oportunidades e possibilidades de captação; 3. Produção de um dossiê (*bidding book*), contendo amplo material (impressos, filmes, entre outros) sobre o país, estados e as cidades candidatas, onde consta a capacidade destas em sediar o evento; 4. Elaboração de cartas de apoio e de avaliação, solicitadas a diferentes órgãos que estarão envolvidos com o tipo de evento a ser captado; 5. Defesa da candidatura, com a montagem de apresentações, elaboração de material promocional da(s) cidade(s), do(s) estado(s) e do país, além da presença no evento onde será apresentada a candidatura.

Todas estas etapas de captação envolvem forte articulação política e muitos recursos financeiros, o que torna o processo bastante oneroso. Para tanto, é fundamental a atuação de vários atores sociais. Na esfera privada, representantes dos *conventions & visitors bureaux*, representantes de entidades e organizações ligadas à modalidade do evento, entre outros; na esfera pública, prefeitos, secretários municipais e estaduais de turismo, ministros de estados, e até o presidente do país. A presença de todos enfatiza a disposição e interesse na captação do evento, como vimos no caso da captação do megaevento Jogos

Olímpicos 2016, que na sessão de votação, em 2 de outubro de 2009, em Copenhague, contou com a presença dos líderes de Estado Luis Inácio Lula da Silva – Brasil, Barack Obama - EUA, Juan Carlos I - Espanha e Yukio Hatoyama - Japão, representando as candidaturas do Rio de Janeiro, Chicago, Madri e Tóquio.

Isto demonstra quão competitivo, demorado e oneroso é o processo de captação de um evento. No caso da Copa do Mundo FIFA, sobretudo, reforçam-se os aspectos políticos como mais importantes que os aspectos técnicos, como infraestrutura e capacidade para sediar o evento. Ainda que a FIFA tenha em seu estatuto a necessidade de votação entre os membros para aprovação do país-sede para o evento, a hegemonia da entidade reforça a lógica dos interesses políticos e econômicos. Neste sentido, países que apresentam propostas com maior investimento e sejam mais permissivos na aceitação das exigências da FIFA terão mais chances de receber aprovação. Nossa afirmação está fundamentada também na recente votação para a Copa do Mundo FIFA 2018 e 2022. Senão vejamos.

Rússia e Catar sediarão as Copas do Mundo de 2018 e 2022, respectivamente. Segundo a página especializada em esportes do *site* da UOL¹¹¹, a Rússia superou três concorrentes europeus: Inglaterra, Espanha/Portugal e Bélgica/Holanda, com um projeto mais caro. Com a promessa de investir US\$ 3,8 bilhões (R\$ 6,5 bilhões) em estádios, US\$ 2,2 bilhões (R\$ 3,8 bilhões) no futebol no país e US\$ 11,5 bilhões (R\$ 19,8 bilhões) em infraestrutura¹¹², a candidatura promete erguer 13 arenas e ainda reformar outras três, distribuídas em 13 cidades-sede, estimando um custo total de US\$ 500 bilhões¹¹³. O mercado futebolístico russo vem desembolsando altas cifras em contratações de atletas, buscando uma posição de maior destaque no cenário mundial. Apenas como um dos exemplos, citamos a contratação recente do atleta Roberto Carlos, da então equipe do Corinthians, que passou a atuar no Anzhi Makhachkala. A transação envolveu duas temporadas e o atleta receberá 10 milhões de euros (R\$ 22,5 milhões).^{114 115}

Tal qual o Brasil, a Rússia é um país com grande extensão territorial, implicando mais deslocamentos internos e, conseqüentemente, maiores

¹¹¹ <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/839787-russia-promete-entregar-todos-estadios-ate-2017-veja-video-dos-projetos.shtml> acessado em 10/01/2011

¹¹² Conversão dólar real em R\$ 1,72

¹¹³ <http://www.espbr.com/noticias/russia-qatar-vencem-eleicao-polemica-recebem-copas-mundo-2018-2022-comentarios-colunas> acessado em 20/04/2011

¹¹⁴ <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2011/02/roberto-carlos-acerta-contrato-de-dois-anos-com-time-russo.html> acessado em 20/04/2011

¹¹⁵ Conversão euro real R\$ 2,25

investimentos. Também podemos admitir que, tendo em vista o isolamento da URSS durante o regime socialista, a história de muitas cidades pode agregar valor a vários destinos turísticos, sugerindo maior atratividade para os turistas e mais investimentos, especificamente, no setor hoteleiro. Disto resulta ser o destino turístico Rússia menos conhecido dos turistas e mais atrativo que seus concorrentes.

A Rússia contou com o apoio político do governo para oferecer as garantias econômicas exigidas pela FIFA, buscando, com a captação do evento, atender a sua política externa de projetar uma imagem de Rússia jovem, moderna e pujante para o mundo, pacífica e aberta aos investimentos estrangeiros, diferente de quando viviam sob o regime socialista.

Somente para ilustrar a relação com outros competidores na captação do evento, citamos aqui colocações a respeito dos investimentos da candidatura do concorrente Portugal/Espanha, segundo a seção de esportes do *site swissinfoch*¹¹⁶

Do lado português, não haverá esse investimento, uma vez que aproveitamos os investimentos já feitos por ocasião do EURO 2004. Do lado espanhol, haverá construção de estádios que serão construídos independentemente da atribuição da organização do Mundial 2018. Esses estádios serão usados pelos respectivos clubes.

Como a candidatura Portugal/Espanha apresentou uma proposta com apenas 5 novas construções, acabou perdendo para a Rússia, com a proposta de 13. Isto demonstra o interesse econômico da FIFA junto às construtoras.

O exemplo do Catar reforça ainda mais esta tese. Altos investimentos vêm sendo feitos no país, com projetos ambiciosos, e nos últimos anos o Catar não poupou esforços para receber outros eventos esportivos de grande importância, como os Jogos Asiáticos e a Copa da Ásia. O país aposta na climatização (!) dos estádios para receber o Mundial de 2022¹¹⁷, buscando minimizar os efeitos do calor durante a época dos jogos. Embora não tenha tradição alguma no futebol, o país conseguiu derrubar quatro candidaturas: Estados Unidos, Austrália, Coreia do Sul e Japão, que também pleitearam o Mundial de 2022.

¹¹⁶ http://www.swissinfo.ch/por/esporte/Peninsula_Iberica_pronta_para_receber_Mundial_de_Futebol.html?cid=28913702 acessado em 20/04/2011

¹¹⁷ http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2010/12/fifa_20/04/2011

O sumário executivo do relatório dos *bidding books* da Copa do Mundo FIFA de 2018 e 2022¹¹⁸ reforça nossa afirmação. Apresentamos a tabela abaixo, que ilustra o exposto.

Tabela 8 - Investimentos propostos para a Copa do Mundo FIFA 2018 e 2022

	Australia	England	Holland Belgium	Japan	Korea Republic	Qatar	Russia	Spain & Portugal	USA
Cidades sede	10	12	12	11	12	7	13	18	18
Estádios Propostos	12	17	14	13	14	12	16	21	18
Reformas	9	5	6	12	13	3	3	9	0
Construção Nova	3	5	7	1	1	9	13	5	0
Orçamento estádios	US\$ 2,29 bilhões	US\$ 2,54 bilhões	US\$ 2,43 bilhões	US\$ 700/1300 milhões	US\$ 877 milhões	US\$ 3 bilhões	US\$ 3,82 bilhões	US\$ 2 bilhões	n/a

Fonte: FIFA organização própria

Os exemplos demonstram, claramente, que o processo de captação do megaevento Copa do Mundo FIFA atende diretamente aos interesses econômicos da entidade em lucrar com o evento. Por isso, os países ganhadores foram os que apresentaram as propostas com maiores investimentos em estádios - Rússia US\$ 3,82 bilhões e Catar US\$ 3 bilhões, respectivamente 2018 e 2022, bem como os que terão o maior número de estádios novos construídos, evidenciando as grandes negociações implícitas.

Concluimos que, ainda que os países, ao se candidatarem, devam apresentar um conjunto de informações sobre sua capacidade em sediar a Copa do Mundo FIFA, os aspectos técnicos são menos importantes do que os interesses políticos e econômicos, vencendo o “jogo” aquele que apresentar maiores oportunidades de negócios para a entidade.

Respondendo a outro questionamento, sobre quais seriam as razões, objetivos e possíveis legados e benefícios que os países buscam atingir quando se candidatam a sediar os megaeventos esportivos, identificamos alguns grupos de interesses predominantes, no caso da Copa do Mundo FIFA, que poderiam articular ações diversas. No primeiro grupo podemos considerar: FIFA, Confederação de Futebol dos países-sede, Comitê Organizador Local, Governo (federal, estadual e municipal), Patrocinadores, Construtoras e Redes de televisão. Outro grupo de interesse seria formado por: dirigentes de clubes, grandes e médias empresas de

¹¹⁸ Disponível em <http://www.fifa.com/aboutfifa/organisation/bidsfifaevents/index.html> 20/04/2011

produtos e brindes, setor hoteleiro, setor de gastronomia, setor de mobilidade urbana, população das classes média e alta, e trabalhadores, pela geração de empregos.

Dada a diversidade de atores e articulações possíveis entre eles, podemos admitir uma pluralidade dos objetivos, que podem ir desde o lucro até o poder ou prestígio político local e internacional, passando pelo aumento de renda. O detalhamento dos interesses, no caso brasileiro, será apresentado no capítulo III deste trabalho. Por ora, acreditamos ser oportuno destacar a divulgação dos países e cidades-sede, incremento do turismo, estímulo à construção civil, (des)ordenamento territorial e criação de empregos.

Entre os impactos socioeconômicos e culturais positivos para os participantes e para a comunidade receptora dos eventos, Hall (1989) e Getz (1997) destacam que os eventos podem contribuir para: fortalecimento do orgulho nacional; legitimação de grupos específicos na comunidade; propiciar um legado de maior conscientização e participação em atividades esportivas e culturais; contribuir para ampliar os horizontes culturais da comunidade receptora, expondo as pessoas a costumes ou ideias diferentes, entre outros.

No caso do Brasil, estes parecem ficar bastante evidentes quando nos referimos à Copa do Mundo FIFA. Iniciamos com o fortalecimento do orgulho étnico, pois, tendo o povo brasileiro forte ligação com o futebol, organizar este evento no Brasil pode representar a possibilidade de reviver um momento histórico que o futebol apresentado pela então Seleção Brasileira viveu no ano de 1950, quando o Brasil perdeu para o Uruguai, no estádio Maracanã. Além disso, o fato de o Brasil ser o único pentacampeão do mundo neste campeonato, podendo auferir mais um título em 2014, pode aumentar o orgulho dos brasileiros em tentar ser hexacampeão no próprio país que estará sediando o evento. Neste sentido, podemos considerar ainda que os jogadores da seleção brasileira, assim como a CBF, poderão receber uma pressão popular ainda maior para conquistar o título de campeão em território brasileiro. Isto pode conferir à entidade ainda mais poderes para investir maiores recursos na apresentação da seleção brasileira, apoiada pela demanda popular.

Contrapondo-se a tudo isto, porém, Harvey nos chamou a atenção em entrevista no Fórum Social Urbano, de 24/03/2010:

Todos sabem que megaeventos como esses são grandes pretextos para pôr em prática esquemas em massa de melhoramento das propriedades. Portanto, grandes lucros serão feitos por construtoras, instituições

financeiras e todo o resto que vem junto. Trata-se de uma máquina de produzir lucro. A grande questão é: será que os benefícios materiais vêm para o restante da população? A maior parte dos estudos que eu vi sobre os Jogos Olímpicos sugere que a maior parte da população em geral não se beneficia disso. Mas tem algo a mais em jogo aqui, que é o prestígio nacional. Tenho certeza que os brasileiros se sentem orgulhosos do fato [de sediar a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos]. Porém, a grande questão que eles devem se fazer é: valeu a pena pagar todo esse dinheiro por prestígio nacional?... O orgulho nacional é evocado dentro ou fora deles, mas os grandes beneficiários são os construtores. Eles conseguem seu dinheiro e vão embora... (HARVEY 2010 s.p.) [grifo nosso]

Passada a “festa da Copa”, se tivermos acesso às informações concretas e identificarmos os “verdadeiros ganhadores do jogo”, estará ainda o povo brasileiro tão orgulhoso com a grandiosidade da conta a ser paga? Destacamos o aspecto condicional, pois o que estamos observando nos faz admitir que muitos dados poderão não ser disponibilizados, tendo em vista que poderiam justificar um insucesso no alcance dos objetivos pré-estabelecidos.

Sobre como os eventos propiciam um impacto de maior conscientização e participação em atividades esportivas e culturais, tal afirmação seria mais justificada em outras modalidades esportivas. No nosso caso de estudo, o futebol já é parte integrante da cultura brasileira, seja como prática esportiva, seja como ação de torcidas. Assim, acreditamos que este impacto de conscientização e uma maior participação no esporte não devem ocorrer, aqui, apenas devido ao evento.

Também se espera que os eventos possam fortalecer outras representações culturais, além do samba, já tão conhecido lá fora, ampliando a divulgação da nossa diversidade cultural, a partir das manifestações existentes em todos os estados que serão sub-sedes na Copa do Mundo FIFA. Mas, cabe a pergunta: para atingir este objetivo, outras ações e investimentos mais dirigidos e específicos não seriam mais indicados?

Outros fatores que também devem ser considerados são os sociais, que, durante a operacionalização do evento, poderão ser expostos em forma de problemas como: abuso de álcool e drogas; problemas de comportamento destrutivo da multidão; aumento da taxa de criminalidade; perda do conforto da população receptora, devido aos ruídos ou aglomerações; aumento de preços, entre outros. Ações específicas, a partir de políticas públicas e da iniciativa privada, deveriam buscar minimizar estes impactos.

Sobre os investimentos advindos, economistas sugerem a dificuldade em atribuí-los exclusivamente ao evento, pois muitos poderiam ser realizados mesmo

sem a captação deste, visto que algumas das receitas obtidas com os eventos não podem ser consideradas exclusivas destes, como destacamos no exemplo citado da Copa do Mundo FIFA na Alemanha, pelos economistas alemães.

Há de se considerar também a receita que deixa de ser arrecadada em outras atividades, que passam a não ser ofertadas, em razão da existência do evento. Como um dos exemplos, citamos o turismo de negócios e de congressos científicos e tecnológicos, que deixam de ser captados durante um megaevento esportivo, lembrando que, segundo pesquisas do Ministério do Turismo¹¹⁹, este tipo de turista gasta US\$ 152,37/dia contra US\$ 97,17/dia no turismo de lazer. Por último, mas não menos importante, devemos considerar que alguns setores deixam de ser privilegiados para receber investimentos públicos que estão sendo canalizados para atender ao evento. No caso do Brasil, admitimos que investimentos públicos maiores em alguns setores, como da educação, saúde, habitação, saneamento básico, transporte, entre outros, certamente atenderiam mais aos interesses da população.

A citação dos especialistas Kuper e Szymanski (2010 p. 242) reforça o exposto.

Pode-se argumentar que o Brasil, assim como a África do Sul, tem coisas melhores nas quais gastar dinheiro do que em uma Copa do Mundo. Os dois países são muito parecidos. Ambos estão entre os países do planeta com maior desigualdade econômica..... No final das contas, a melhor razão para sediar uma Copa do Mundo é porque realizar um evento como este é divertido. Se o presidente Lula quisesse ser honesto quanto a isso, ele diria "Vai custar dinheiro, sobrarão menos para escolas, hospitais e assim por diante, mas todos adoramos futebol e será um mês divertido, portanto vale a pena". Então os brasileiros poderiam ter um debate esclarecido sobre os verdadeiros prós e contras de sediar a Copa. Mas os brasileiros estão sendo bombardeados com falsidades econômicas. É bastante razoável querer sediar a maior festa do mundo (e ninguém está mais bem preparado para isso que os brasileiros). O erro é achar que isso fará do Brasil um país mais rico.

Acreditamos, assim como os autores citados, que um plebiscito¹²⁰ fundamentado num debate franco com a população, antes de o evento ter sido captado, apresentando os efetivos custos e benefícios esperados com o evento, poderia resultar numa tentativa de melhor efetividade dos princípios democráticos.

¹¹⁹ A pesquisa completa está disponível no site do ministério do turismo http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Estudo_da_Demanda_Turxstica_Internacional_-_2004-2009.pdf acessado em 18/11/2010

¹²⁰ Considerado como uma forma de sufrágio universal realizado pelo voto direto e secreto, convocado com anterioridade a ato legislativo ou administrativo, garantindo a soberania popular, cabendo ao povo, aprovar ou denegar o que lhe tenha sido submetido.

Sobre os legados, Poynter (2006) sugere uma categorização em tangíveis e intangíveis. Aqueles, cuja análise econômica de custo-benefício é possível, seriam considerados tangíveis. Por outro lado, aqueles ligados a aspectos socioculturais, seriam considerados intangíveis. Algumas análises de pesquisadores como Poynter têm sugerido que as cidades-sede se beneficiam mais do intangível do que do tangível.

Dentre os legados, os mais citados são: a divulgação dos países e cidades para o mundo; os investimentos em instalações esportivas para formação e incentivo a novos atletas; o urbanístico ligado à infraestrutura e melhoria da qualidade de vida da população local, e o turístico.

Por reunir pessoas de diferentes localidades e poder transmitir para muitos lugares, um megaevento pode criar oportunidades para um *marketing* positivo, que pode resultar na divulgação dos países e cidades para o mundo.

Esta divulgação midiática que os megaeventos propiciam aos países e cidades-sede demonstra números muito significativos. Senão vejamos. Somente com relação ao *marketing* produzido nas campanhas televisivas, no caso da Copa do Mundo FIFA, na edição da Alemanha, em 2006, segundo *site* da FIFA, mais de 26 bilhões de telespectadores assistiram aos jogos em 214 países.

O papel importante de manipulação das mídias e seus veículos, e sua importância estratégica, justificam a atenção especial que a FIFA atribui ao International Broadcast Center - IBC como central de mídia destes eventos. Na última edição do evento, na África do Sul, o IBC reuniu 3.500 profissionais, entre jornalistas e técnicos.

O jornalismo, não só o brasileiro como o mundial, atualmente é um “inventor de realidades”. Cria, inventa, oculta aspectos de um fato, de uma realidade. Para Abramo¹²¹, existem cinco padrões de manipulação, sendo o último, mais específico, do telejornalismo. 1. Padrão de ocultação, ausência dos fatos reais na produção. 2. Padrão de fragmentação, seja pela seleção ou descontextualização da informação. 3. Padrão de inversão de relevância, de forma do conteúdo, de versão do fato e da opinião pela informação. 4. Padrão de indução. 5. Padrão sensacionalista.

Podemos identificar estes padrões de manipulação das mídias no evento da Copa do Mundo FIFA em matéria recentemente divulgada:

¹²¹ ABRAMO, Perseu. Padrões de manipulação na grande imprensa. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2003

Fifa quer usar imprensa para garantir apoio popular à Copa de 2014¹²²

Entidade quer que meios de comunicação passem imagem positiva do Mundial para ajudar organizadores

A Fifa pretende que os meios de comunicação passem uma imagem positiva da Copa do Mundo no Brasil para que a população apóie as ações dos comitês que organizam o evento de 2014. A intenção da entidade máxima do futebol foi revelada na última segunda-feira (11), durante seminário para discutir as estratégias de comunicação para o Mundial, em Belo Horizonte.

Serviu de porta-voz das intenções da Fifa o gestor municipal da Copa na capital mineira, Tiago Lacerda. “É importante que a imprensa tenha seu papel de fiscalizar e acompanhar as obras. Mas é importante também que divulgue as coisas positivas para nos ajudar a envolver a população na Copa do Mundo.”

“O grande desafio da comunicação é envolver a população para o bem que a Copa pode trazer. Fazer campanhas que visam melhorar o comportamento das pessoas para com a cidade e o respeito com as boas posturas”, disse Lacerda.

O evento, que começou na segunda e terminou na terça, foi realizado para integrar veículos institucionais das entidades envolvidas na organização da Copa e pensar e alinhar estratégias de comunicação antes e durante a competição.

O assunto ainda é tratado com sigilo. O evento teve portas fechadas para o público e a imprensa.

Durante as transmissões da última edição do evento, pudemos observar, empiricamente, que fora as questões técnicas e táticas específicas do jogo de futebol de cada seleção, a grande maioria das reportagens apresentou a grandiosidade dos estádios construídos para o evento, as belezas naturais e a diversidade cultural da África do Sul, com destaque para o bairro de Soweto, em Johannesburgo, mostrando um país “pacífico e lindo”, atendendo ao objetivo do tema do evento “*This time for África*”.

A análise do discurso, feita em reportagens de sites, jornais, revistas e canais de televisão, durante os dias da Copa do Mundo, permitiu observar que, embora a mídia tenha apresentado alguns problemas com segurança, moradia, transportes, saúde pública (especialmente de casos de AIDS), estes não receberam dos jornalistas destaque nas reportagens. Assim como foi dado pouco destaque à questão dos altos investimentos feitos em estádios, cuja ocupação parece indicar a criação de grandes “elefantes brancos”, visto que o esporte mais popular na África do Sul é o beisebol, sendo a produção local do futebol insuficiente para garantir a

¹²² Fonte: disponível em

<http://www.copa2014.org.br/noticias/6787/FIFA+QUE+USAR+IMPRESA+PARA+GARANTIR+APOIO+POPULAR+A+COPA+DE+2014.html> acessado em 13/04/2011

viabilidade econômica dos equipamentos construídos, segundo Giancarlo Lepiani, enviado da Revista Veja na cobertura do evento¹²³.

Salientamos que, sobre a divulgação dos países e cidades, Melo Neto chamamos a atenção para:

As conseqüências de um evento mal sucedido são desastrosas para seus organizadores, promotores, patrocinadores e demais parceiros. O público sente-se frustrado e associa o fracasso do evento à marca e ao produto do patrocinador. A cidade vai para a mídia como local de eventos mal sucedidos. Há uma perda generalizada por todas as entidades envolvidas. (MELO NETO 2003 p.32)

Assim, embora os megaeventos como a Copa do Mundo FIFA possam ser considerados como vitrines de cidades e países, podem também se revelar em vidraças, posto que suas vulnerabilidades podem ser evidenciadas.

Para o Brasil, a Copa do Mundo FIFA poderia ser uma oportunidade para apresentar ao mundo não só a capacidade de organização deste evento, mas também a força econômica e os atrativos do país. Para isso, o país não pode negligenciar a importância do IBC como canal de divulgação. Atualmente, competem pela captação do IBC na Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Caberá mais uma vez à FIFA decidir. Inferimos que a ganhadora será aquela que reunir as maiores vantagens políticas para a entidade, ainda que outras possam ter capacidade técnica superior.

Em relação aos legados que ficarão após o evento, sabemos que a reforma e a criação de novas instalações esportivas têm sido justificadas como necessárias para a formação e incentivo a novos atletas. No entanto, acreditamos que os estádios deveriam merecer estudos mais aprofundados pelos países e cidades-sede, que pudessem discutir, desde sua real necessidade, investimentos, até sua ocupação pós-evento, evitando-se a criação dos “elefantes brancos”.

Reconhecemos que os padrões dos estádios brasileiros não atendem às exigências da FIFA, conforme relatório do Sindicato da Arquitetura e Engenharia - SINAENCO¹²⁴. No entanto, embora o governo insista nas parcerias público-privadas para os investimentos em estádios, o que temos acompanhado é que o financiamento está sendo feito pelo Banco Nacional de Desenvolvimento - BNDES. Ainda que exista a exigência de apresentação de garantias para a tomada dos

¹²³ Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/copa-2010/secao/africa-do-sul/> acessado em 20/09/2010

¹²⁴ Estudo sobre o Estado de Manutenção e Condições dos Estádios Brasileiros 2007 p.96

empréstimos, com a demonstração de estudos de viabilidade econômico-financeira, a atual capacidade produtiva do futebol brasileiro, em algumas cidades, indica que alguns dos equipamentos não serão viáveis.

Ainda tratando dos estádios, é possível pensar numa mudança do perfil dos torcedores que hoje frequentam os estádios brasileiros a partir da melhoria destes, tal como aconteceu na Inglaterra, nos anos 1990. No entanto, não podemos deixar de admitir que estes estádios estejam sendo construídos com o dinheiro dos contribuintes, e nesta linha de raciocínio estaríamos admitindo a transferência de riqueza dos contribuintes para os estádios e clubes, reforçando a força do território do futebol no Brasil. Também podemos admitir uma possível elevação do preço dos ingressos a níveis muito altos, o que excluiria dos jogos um público que hoje frequenta e poderia ficar impossibilitado de consumir.

Sobre o legado de formação e incentivo a novos atletas, não acreditamos que a Copa do Mundo FIFA, no Brasil, possa servir para estimular novos praticantes do esporte, pois, conforme apresentado no capítulo anterior, esta prática já está bastante difundida em todo o país. Acreditamos que novos equipamentos podem melhorar a prática do esporte, mas podem influenciar muito pouco no aumento do número de praticantes. Desse modo, entendemos que um megaevento esportivo deveria, muito antes de ser captado, receber um planejamento amplamente detalhado, evitando-se propor projetos que não estejam alinhados também com as políticas públicas das cidades e países candidatos.

Especificamente sobre o legado urbanístico ligado à infraestrutura e à melhoria da qualidade de vida da população local, identificamos que ele tem sido amplamente utilizado pelos gestores públicos para envolver a população, seja tentando fazê-la compreender a necessidade das obras e investimentos para a realização do evento, as quais geram transtorno e desconforto, seja mostrando a ela os benefícios que virão com a “reestruturação urbana” e com a criação da “nova” imagem da cidade.

No nosso caso de estudo da Copa do Mundo FIFA, estes legados urbanísticos também estão sendo usados pelo Brasil e pelas cidades-sede para justificar os altos investimentos com o evento. Entre os legados, certamente este é o que afeta mais diretamente a população e, desse modo, merece estudos aprofundados.

Inicialmente, identificamos a necessidade de olhar como eles se inserem nas políticas públicas compreendidas como sendo as decisões de governo em diversas áreas que influenciam a vida de um conjunto de cidadãos. São os atos que o governo faz ou deixa de fazer e os efeitos que tais ações ou a ausência destas provocam na sociedade.

Especificamente sobre as políticas públicas do planejamento urbano das cidades, a década de 90, no Brasil, marcou o início da forte influência do planejamento estratégico nestas políticas. Para LOPES, o Plano Estratégico para as cidades é:

... um plano de ação, formulado a partir do consenso de atores públicos e privados, dentro de uma visão ampla dos espaços e da sociedade local e global, definindo projetos tangíveis e intangíveis, cuja implementação se baseia no compromisso de um grande número de atores públicos e privados... (LOPES 1998 pg. 95)

A partir do conceito apresentado, identificamos, no nosso caso de estudo, que o planejamento estratégico sugerido para a Copa do Mundo FIFA 2014 não se iniciou a partir da consulta popular, conforme sugerimos anteriormente, ao contrário, buscou-se inicialmente captar o evento para, a partir dele, formular um plano de ação. Também identificamos que apenas um grupo de atores públicos e privados está gerenciando os projetos, sem a participação da sociedade local. Afirmamos isto por não conseguirmos identificar em nossas pesquisas projetos de cidades-sede que tivessem sido amplamente discutidos com a população local. Somente a partir da implementação das ações é que a população de algumas comunidades começou a se manifestar sobre os impactos negativos que os projetos da Copa do Mundo poderão trazer para as cidades.

A rede megaeventos¹²⁵, criada com o objetivo de articular os Comitês Locais e outros agentes no monitoramento dos impactos da Copa 2014 e Olimpíadas 2016, apresenta fóruns, discussões, mapeamento de problemas sociais, publicações de notícias sobre o tema, a fim de que as oportunidades que a realização da Copa do Mundo FIFA e das Olimpíadas possa trazer para as cidades não se percam beneficiando grupos restritos da sociedade.

Para Sanchez et alli (2004 p. 39-56), dentre os modelos de gestão destes planejamentos estratégicos, a gestão por projetos apresenta intervenções localizadas, que buscam enfatizar os efeitos positivos para as cidades, contrapondo-

¹²⁵ Disponível em <http://megaeventos.ning.com/groups> acessado me 08/05/2011

se ao modelo mais tradicional. Estes projetos, fundamentados nas iniciativas público-privadas, justificadas pelos seus promotores como necessárias, buscam: 1) obtenção de recursos para financiamento de obras; 2) escapar dos regulamentos ou impedimentos e 3) facilitar novas formatações administrativas e financeiras para os projetos.

Para os autores, tais parcerias aproveitam as oportunidades de investimento e financiamento, em especial aquelas ligadas ao capital imobiliário, ao turismo, cultura e entretenimento, para justificar projetos de captação de megaeventos, como o que estamos vendo no Brasil com a Copa do Mundo FIFA e os Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, com o objetivo de tornar as cidades mais competitivas internacionalmente.

O Caso de Barcelona, estudado amplamente por geógrafos, urbanistas, arquitetos, entre outros, exemplifica substancialmente o exposto. O fato de ter sediado os Jogos Olímpicos em 1992 atraiu muitos investimentos e empreendimentos, que impulsionaram grandes transformações na dinâmica produtiva e na infraestrutura urbana daquela cidade, especialmente em telecomunicação, saneamento, transportes e lazer, com avanços tecnológicos que mobilizaram negócios e pessoas. Assim, Barcelona garantiu o seu papel de cidade turística, inovando ou (re) inventando a cidade para competir com outros destinos.

O exemplo de Barcelona foi tratado como um paradigma, dele resultando vários estudos, pesquisas e consultorias especializadas com a venda de projetos para outras cidades, na busca de requalificação urbana e oportunidades econômicas. No entanto, o que temos visto é que os benefícios esperados têm atendido muito mais às populações mais favorecidas, reproduzindo a ótica da hegemonia do capital.

Para Sanches et alli (2004 p. 39-56)

A receita é basicamente a mesma: combinação de investimentos públicos e privados para a construção de novos equipamentos culturais e de serviços, ampliação do número de empreendimentos com fins habitacionais próximos aos centros financeiros e comerciais... A partir daí, segundo a retórica oficial dos projetos, o êxito seria medido por vários critérios: desde o aumento da receita com o turismo e do índice de emprego até o melhoramento da qualidade de vida e elevação da auto-estima dos habitantes... Desse modo, o tão alardeado “circuito competitivo das cidades” foi transformado, especialmente através dos GPUs¹²⁶, em verdadeira panacéia legitimadora de um tipo de argumentação e prática que tem reestruturado

¹²⁶ GPUs – Grandes Projetos Urbanos

parcelas do espaço urbano a partir da força atualmente inaudita da sociabilidade do mercado.

É o que estamos vendo no Brasil, a partir da captação dos dois megaeventos. Amparado por legados a serem deixados para a comunidade, como geração de empregos, aumento de renda e aumento do número de turistas, o país vem justificando investimentos da ordem de bilhões de reais na Copa do Mundo FIFA. Tais investimentos foram apresentados inicialmente como público-privados. No entanto, ainda que o governo federal insista nesta parceria, o relatório do Tribunal de Contas da União¹²⁷ apresenta que 98,5% dos R\$ 23,35 bilhões a serem investidos serão de recursos públicos e a iniciativa privada bancará somente R\$ 336 milhões, o equivalente a 1,44% do total.

A captação do evento também tem possibilitado ao Estado escapar de regulamentos, em alguns casos exigindo a criação de mecanismos como, por exemplo, a Medida Provisória 496¹²⁸, que versa sobre viabilizar o financiamento das obras destinadas ao implemento dos eventos esportivos da Copa do Mundo FIFA e dos Jogos Olímpicos.

O art. 8º traz limitações ao endividamento dos Municípios que pactuem refinanciamento de sua dívida junto à União, estabelecendo que somente poderão contrair novas dívidas, inclusive operações de Antecipação de Receita Orçamentária, se a dívida financeira total do Município for inferior à sua Receita Líquida Real (RLR)¹²⁹ anual (Art. 8º, inciso II).

A MP 496/2010 acrescentou ao inciso II a seguinte redação:

...Exceção as operações de crédito destinadas ao financiamento de infraestrutura para a realização da Copa do Mundo FIFA 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016, autorizadas pelo Conselho Monetário Nacional..

Desse modo, as operações relacionadas à Copa podem ser realizadas pelos Municípios, ainda que fora da limitação estabelecida pelo art. 8º, inciso II. E ainda, a União poderá, através da Secretaria do Tesouro Nacional, dispensar o município

¹²⁷ Disponível em http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-1942011173821-relatorio%20copa%202014_miolo_web.pdf acessado em 08/05/2011

¹²⁸ Disponível em <http://www6.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=242236> acessado em 09/05/2011

¹²⁹ RLR – receita líquida real

com dívidas refinanciadas com base na Lei nº 8.727, de 5 de novembro de 1993, do atendimento de formalidades previstas na referida norma¹³⁰.

Esta possibilidade é extensiva àqueles municípios cujo refinanciamento se baseie na MP 2.185-35/2001, com relação a: *i*) remessa do balancete da execução orçamentária mensal, cronograma de compromissos da dívida vincenda e balanço anual, prevista contratualmente; e *ii*) da verificação do cumprimento dos requisitos constantes do art. 9º da MP2.185-35/2001.

Convém observar que a medida provisória é um ato emanado pelo Chefe do Poder Executivo – Presidente do Brasil, que neste caso exerce uma função atípica, interferindo no Poder Legislativo, a quem é atribuído o dever de criar as leis. Tais medidas são elaboradas para atender uma relevância e urgência, e passam a ter força de lei, devendo ser submetidas de imediato ao Congresso Nacional. Desse modo, podemos admitir que o atendimento às exigências impostas pela FIFA aos países-sede da Copa do mundo encoraja os governantes a criarem mecanismos para adaptar a legislação vigente aos interesses da entidade. Este tema será retomado no capítulo III.

Devemos considerar também que muitos espaços das cidades, que vêm sendo privilegiados com os investimentos propostos pela Copa do Mundo, visam apenas tornar as cidades mais competitivas globalmente, e nem sempre são aqueles que podem deixar um legado efetivo, o que reforça a lógica de reprodução do capital. Nesse contexto, esses megaeventos são usados como estratégias pelos governos locais e promotores urbanos para empreender e justificar a renovação de algumas partes da cidade, num curto espaço de tempo.

Para Sánchez et alli (2004 p. 39-56), a produção e gestão do espaço contemporâneo parecem estar transformando as cidades em mercadorias a serem vendidas. Questões que se tornam cada vez mais correntes, como as parcerias público-privadas, novas relações entre o Estado e o capital imobiliário e financeiro, *city-marketing*, alimentam estes debates.

Estas ações são, na maioria das vezes, apoiadas pela mídia e por campanhas de *marketing* que passam a ser instrumentos fundamentais para aceitação da população dos projetos propostos no planejamento estratégico. A

¹³⁰ Remessa do balancete da execução orçamentária mensal e do cronograma de compromissos da dívida vincenda.

importância das mídias e destas campanhas, no caso dos megaeventos citados, é fundamental para sensibilizar a população.

Para entendermos sua importância, inicialmente precisamos desmistificar o conceito de *marketing* como sinônimo de vendas. No senso comum, *marketing* acabou por se tornar sinônimo de vendas, pois para muitas empresas estas são garantia dos lucros e razão de existência das mesmas. No entanto, ao longo do tempo, estudiosos foram ampliando seus conceitos. Para a AMA - *American Marketing Association*: "Marketing é a execução das atividades de negócios que encaminham o fluxo de mercadorias e serviços, do produtor aos consumidores finais..."¹³¹ A esta definição básica, para melhor elucidação, acrescentamos um adendo de Kotler "... observando sua responsabilidade de garantir o bem-estar do consumidor e do público, a longo prazo". (KOTLER et alli 2006 p. 22)

Neste sentido, entendendo os megaeventos como negócios, observamos que o *marketing* utilizado na Copa do Mundo, pelos países e cidades, tem sido para fortalecer as campanhas de sensibilização da população quanto à aceitação dos megaeventos, quando deveria contemplar a responsabilidade dos seus produtores (países e cidades), bem como assegurar o bem-estar dos cidadãos e munícipes, como uma das ferramentas do planejamento das cidades.

Cooper defende que a prova maior do sucesso do *marketing*, como capaz de desenvolver uma imagem, uma percepção, um posicionamento na mente dos seus consumidores, é a de que, na atualidade, "as organizações que utilizam o *marketing* não se limitam a empresas comerciais", uma vez que suas técnicas estão sendo paulatinamente incorporadas por outras instituições públicas, chegando a ser adotadas por alguns gestores urbanos, dando origem ao *city marketing*, ou *marketing* urbano. (COOPER, 2001, p. 382).

O *city marketing* é "[...] o conjunto das características da cidade que proporciona satisfação de necessidades e desejos dos diferentes públicos: cidadãos, visitantes, investidores, empresas". (KOTLER et al., 2006, p. 54).

Segundo Sánchez, o *city marketing* se constitui na "orientação da política urbana à criação ou ao atendimento das necessidades do consumidor, seja este empresário, turista ou o próprio cidadão" (SÁNCHEZ, 1999, p. 115).

¹³¹ Conceito disponível em <http://www.marketingpower.com/AboutAMA> acessado em 01/09/2009

Pereira defende que o *city marketing* passou a ser sistematizado a partir da década de 1980, adquirindo, posteriormente, um "conjunto mais largo de significados na Europa Ocidental", passando assim a significar promoção ou, até mesmo, competitividade da cidade como um todo. "Tal atitude não se limitaria a um desejo de melhora da cidade; mas marcaria, na verdade, a adesão da cidade às novas tendências internacionais", partindo da premissa de que "a qualidade do espaço urbano encontra-se vinculada ao aumento da competitividade (PEREIRA, 2003, p.5).

Defendemos a ideia de que os gestores urbanos não deveriam se encantar exclusivamente com as práticas de *city marketing*, mas, também não faz sentido ignorá-las, uma vez que nas cidades a competição está cada vez mais acirrada, e as teorias de *city marketing* oferecem ferramentas para aplicação nas estratégias competitivas. No entanto, é preciso que se considere que o interesse coletivo deve preponderar sobre o interesse individual.

Entendendo-o numa perspectiva sistêmica, o *city marketing* envolve atores da iniciativa pública e privada em diversas ações. Assim, torna-se necessário utilizá-lo com muito rigor, para que ele não se transforme em instrumento de manipulação, gerando uma banalização dos projetos urbanos, vistos como instrumentos para embelezar a cidade e atrair o investidor interessado em uma cidade agradável para visitar ou morar.

O Prof. Vainer, crítico declarado da ideologia da cidade-mercado, concorda que "não há como desconhecer a centralidade da idéia de competição entre cidades no projeto teórico e político do planejamento estratégico" (VAINER, 2002, p.99). É a constatação da competição entre cidades que irá autorizar a migração do modelo estratégico do mundo das organizações para o universo urbano, inserindo as cidades no ambiente das empresas competitivas, autorizando o emprego do *marketing* urbano.

Para o autor, se a intenção é vender, surge a questão sobre quem seriam os compradores. Certamente seriam os grandes investidores do capital estrangeiro, com aplicações, por exemplo, em infraestrutura tecnológica e de comunicações, hotéis de luxo, entre outros. Nesta abordagem, os princípios mais importantes, como produtividade e competitividade, estão submetidos à lógica do mercado, reforçando a hegemonia da reprodução do capital. (VAINER, 1999, p. 8).

Se para o autor é necessário reconhecer a ideia da competitividade, não há como não reconhecer também a necessidade de uso das técnicas para que ela se

desenvolva, como as de *city marketing*, mencionadas anteriormente, desde que elas não privilegiem exclusivamente os interesses de investidores e os interesses coletivos sejam negligenciados.

Também não podemos usar o *city marketing* como estratégia para transformar cidades em cenários, onde a realidade das questões de moradia e mobilidade, por exemplo, é mascarada, e a cidade passa a ser exibida como um espetáculo, pois neste caso estaríamos construindo falsos simulacros (DUPAS, 2000, p. 57).

Chamamos a atenção para o fato de que, durante os megaeventos, questões de mobilidade, moradia, segurança das cidades, entre outras, ou não são exibidas, ou são usadas como possíveis de serem solucionadas a partir do evento, em forma de legados e impactos sociais e econômicos, como no caso da Copa do Mundo FIFA.

Assim, identificamos os megaeventos como produtos que passam a ser o resultado da produção da cidade, que neste caso seria uma empresa. Tratando a cidade como uma empresa, conduzida por projetos dentro do planejamento estratégico delas, surge o conceito de “empresarialismo urbano”, fundamentado pelo princípio de que uma cidade deveria funcionar como uma empresa, concorrendo com outras cidades na atração de capitais, com base numa governança eficiente e moderna. (BORJA E CASTELLS, 1997, p. 35).

Isto significa que a cidade-empresa deve montar um planejamento capaz de obter vantagens competitivas, quando comparada com outras cidades. Esta competição entre regiões, cidades e outros aglomerados humanos constitui um dos elementos dinâmicos presentes no desenvolvimento. Privilegiando o local ao global, estas cidades acabam numa competição acirrada entre elas, buscando oferecer as melhores condições para que empresas e produtores de serviços ali se estabeleçam.

Não podemos deixar de considerar que, nesta lógica de mercado, as cidades seriam empresas e deveriam gerar “lucros”, por exemplo, com a captação de novos empreendedores, que seriam geradores de emprego e renda, com a criação de novos produtos e serviços, e onde os munícipes seriam “funcionários”. Nesta relação, a cidade não teria interesse na manutenção do munícipe (funcionário) não produtivo, sugerindo que estes dessem oportunidade a novos “funcionários”, atraindo nova mão de obra e expulsando outras.

Nesta linha de raciocínio, considerando-se os megaeventos como novos produtos a serem oferecidos pelas cidades (empresas), é normal que estas iniciem uma disputa pela captação dos eventos, como produtos capazes de atrair investidores. Especificamente sobre a Copa do Mundo FIFA, em entrevista no Fórum Social Urbano, de 24/03/2010, Harvey comenta:

....Eu sei que há outras maneiras de obter prestígio além de ter que se engajar em competição por megaeventos como os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo, entre outros. Porque, de fato, isso pode se transformar em competição interestados.....". [grifo nosso] (HARVEY, 2010)

Destacamos a competição interestados porque, a partir da captação do evento pelo Brasil, houve uma forte competição entre capitais dos estados, com o objetivo de atrair o evento para suas cidades. Na disputa competiram: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília, Curitiba, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza, Manaus, Cuiabá, Campo Grande, Florianópolis, Goiânia, Belém e Rio Branco. Destas, somente as 12 primeiras listadas obtiveram êxito na captação do evento para suas cidades.

A disputa mais acirrada que acompanhamos durante o processo se deu entre as cidades de Cuiabá e Campo Grande, tendo em vista que a FIFA exigiu que uma das sedes estivesse localizada no Pantanal. Nos *folders* do projeto de Campo Grande- MS, o estado de Mato Grosso é citado como "derrubador de florestas" e "líder de queimadas, com o fim de 1.786 quilômetros quadrados de vegetação nativa". O material comenta ainda sobre a violência no estado do MT "Johanesburgo, que é considerada uma cidade violenta, mas será o epicentro da Copa do Mundo de 2010, teve em 2006 uma média de 39,8 assassinatos por 100 mil habitantes. A média de Cuiabá é maior: 45,2 em 2007".

Por outro lado, parece que Cuiabá- MT já sabia da vitória, pois vários *blogs*¹³² destacaram entrevista do governador Blairo Maggi

...Nós estamos muito bem situados na disputa política. E na questão de ser a sede do Pantanal, também. Campo Grande está a quase 300 km do Pantanal, que fica mesmo em Corumbá. Em Cuiabá, nasce o Pantanal e aqui ele é tão bonito ou mais do que no Mato Grosso do Sul. Além disso, estamos a apenas 20 km do Pantanal. Para o Mato Grosso, é muito importante fazer a Copa justamente para acabar com esse tipo de imagem. Nós temos uma das regiões mais belas do mundo. Temos 74% de área preservada, regiões belíssimas como o Pantanal, a Chapada dos Guimarães e Águas Quentes... [grifo nosso]

¹³² Um dos blogs pode ser acessado em <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=774812&page=12> acessado em 25/04/2010

Tal como afirmamos anteriormente, sobre como os interesses políticos se sobrepõem aos critérios técnicos na seleção de países-sede da Copa do Mundo FIFA, nesta disputa para as cidades-sede isto também ocorreu, e a vencedora foi Cuiabá.

Confirmadas as cidades-sede, nova competição, agora em nível estadual, se iniciou entre as cidades, para abrigarem uma das 32 seleções de futebol do campeonato, vistas como novos subprodutos capazes de gerar oportunidades de divulgação na mídia global.

Assim, desde o início da captação do evento, quando o Brasil foi confirmado como país-sede, as cidades envolveram-se em processos que conduzem à ideia de verdadeiras batalhas, incentivadas, de um lado, pelas políticas públicas, a partir da gestão de projetos dentro do planejamento estratégico destas cidades, e de outro pela oportunidade de divulgação midiática, vislumbrada com os eventos. Uma verdadeira “guerra dos lugares” se deu na oferta das melhores vantagens para a FIFA e COL/CBF, no caso da Copa do Mundo FIFA. Acreditamos que era isso que Santos e Silveira queriam dizer em:

Fala-se muito em guerra fiscal, na medida em que a disputa de Estados e municípios pela presença de empresas e a busca das empresas em lugares para se instalar lucrativamente é vista, sobretudo, nos seus aspectos fiscais. A realidade é que, do ponto de vista das empresas, o mais importante mesmo é a guerra que elas empreendem para fazer com que os lugares, isto é, os pontos onde desejam instalar-se ou permanecer, apresentem um conjunto de circunstâncias vantajosas do seu ponto de vista. Trata-se na verdade de uma busca de lugares “produtivos”.... (SANTOS e SILVEIRA, 2001, p. 296)

A “guerra dos lugares” é a competição que se estabelece entre países e cidades por investimentos privados ou públicos. A disputa entre nações e cidades para sediar competições esportivas dessa magnitude é um exemplo flagrante de como isso se dá na prática. Os lugares escolhidos são, na verdade, aqueles que fizeram o melhor *marketing*, apresentarem as melhores vantagens comparativas para o desenvolvimento de negócios nacionais e internacionais e forem mais permissivos em aceitar as exigências dos promotores.

Identificamos que a competitividade passa a ser um elemento-chave para a “valorização” de cada cidade, e esta disputa envolve aspectos de grande diversidade. Sobre as possibilidades do desenvolvimento urbano a partir da competitividade, Harvey (1996) definiu 4 estratégias para a passagem do

gerenciamento urbano para o empresariamento urbano, dando uma contribuição muito importante ao debate.

- a) competição no quadro da divisão espacial do trabalho – cidades como centro produtivo - exploração das vantagens comparativas na produção de bens e serviços (recursos básicos, incentivos fiscais, localização privilegiada)
- b) competição na divisão espacial do consumo – cidades como centro de consumo – criação de cidades atraentes através do turismo, entretenimento, inovação cultural
- c) competição para assumir o controle e comando da economia global – cidades como centros financeiro-administrativos
- d) competição para distribuir o capital estatal – cidades como centros redistributivos

Harvey reconhece a indissociabilidade entre competitividade e cidades como um dos fatores-chave para o desenvolvimento destas, razão pela qual as estratégias de *city marketing* e empresariamento urbano estão presentes em vários estudos e têm sido amplamente discutidas. Neste sentido, os megaeventos passam a ser produtos que têm sido do interesse de muitos países e cidades, daí a forte competição que se estabelece desde sua captação, na criação de cidades atraentes.

Borja e Castells (1997) nos oferecem também considerações fundamentais.

- a) a complexa realidade metropolitana faz com que as novas cidades mundiais constituam um espaço urbano-regional que se constrói mais por grandes projetos do que pela organização institucional e a gestão dos serviços;
- b) a nova metrópole é o resultado de três dinâmicas distintas, porém inter-relacionadas: globalização, concentração e comunicação;
- c) para dar resposta aos desafios que enfrentam, as cidades metropolitanas devem atender a três exigências, complementares quanto aos objetivos mas contraditórias quanto ao modo de atuação: a competitividade, a integração e a sustentabilidade;
- d) a nova cidade metropolitana não reproduzirá, necessariamente, em escala ampliada, o modelo de cidade que marcou o padrão do século XX;
- e) as atuações estratégicas devem ter como objetivo principal promover um salto qualitativo com respeito à acessibilidade e mobilidade do espaço urbano-regional e à geração e reconversão de centralidades no conjunto do território em questão.

Visto tratar-se de grandes projetos, dentro de uma dinâmica de globalização, a Copa do Mundo FIFA parece ilustrar com propriedade as colocações citadas, pois se insere como megaevento que pode contribuir para as cidades buscarem o desenvolvimento urbano a partir da competitividade, desde que ele, efetivamente, colabore para a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora e não sirva apenas aos interesses do capital.

Outra contribuição para compreender a competitividade é a de Porter (1999, p.293-297), que considera que a competição internacional em indústrias de serviços, objeto do nosso estudo, adquire uma dentre estas três formas puras: 1) compradores móveis viajam a um país para ter os serviços 2) empresas de um país oferecem serviços em outros países usando pessoal e instalações da sua sede e 3) as empresas de um país oferecem serviços em outros países através de locais de seu serviço no exterior, com pessoal expatriado ou nacional.

Nesta análise de competição internacional, podemos identificar a Copa do Mundo FIFA em duas das formas citadas pelo autor. O turismo¹³³ estaria inserido na primeira das três formas, uma vez que o comprador (turista) viaja até um determinado país em busca de um serviço diferenciado que, no nosso estudo, é a participação no evento¹³⁴. Também podemos identificar a FIFA e suas “Afiliadas Comerciais”, sediadas em outros países, atuando nos países-sede do evento, como fornecedores junto aos comitês locais, e então estariam inseridas na segunda forma proposta pelo autor.

Uma vez que a vantagem competitiva é criada e mantida num processo altamente localizado, como ser competitivo em um mundo cada vez mais globalizado e ao mesmo tempo mais regionalizado?

Para uma localidade, a vantagem competitiva que poderá ser desenvolvida está relacionada com sua capacidade de inovação, adaptação e regulação, segundo Pecquer (2000, p.46-7).

Inovação é um conceito móvel, mutante, que acompanha a evolução das sociedades. Exige profundo tratamento multidisciplinar e multidimensional. Como processo, é alimentado – e se alimenta – de insumos originados em diferentes

¹³³ Turismo – Pode ser considerado de forma ampla, sob três enfoques: a) o movimento temporário de pessoas para locais de destinos externos a seus lugares de trabalho e moradia; b) as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino, incluindo os negócios realizados e c) as facilidades, os equipamentos e os serviços criados, decorrentes das necessidades dos viajantes (MATHIENSON, A; WALL, G. Tourism: economic, physical and social impacts. New York: John Wiley & Sons, 1990).

¹³⁴ Eventos – concentração ou reunião formal de pessoas ou entidades.

áreas, se reproduz em distintos campos e se desenvolve em múltiplas esferas de atividades. A adoção de novas ideias, tecnologias, processos e conteúdos exige, cada vez mais, a criatividade daqueles que dão forma, concretizam e processam a inovação. Mais do que isso, a inovação se coloca cada vez mais numa encruzilhada global, recebendo tendências, exigências, demandas, sugestões, tecnologias e ideias de todo e qualquer canto do planeta.

Com esta visão mais abrangente, desmistifica-se o conceito de inovação ligado exclusivamente à invenção. A inovação deve ser entendida de modo amplo, ou seja, como inovação de processo, de produto, como inovação organizacional, logística ou de marca, ocorra ela na indústria, nos serviços, no comércio ou na agricultura.

Dentro do processo de inovação dos serviços, a captação do megaevento Copa do Mundo FIFA poderia ser considerada como um novo produto e uma inovação a ser desenvolvida, pois, para sua realização, novas formas de ação da administração pública são exigidas, novos investimentos são necessários, novos processos são estabelecidos, justificados como importantes para o desenvolvimento econômico de um país ou uma cidade. Amparados pelos legados que tal evento pode promover, tais investimentos acabam recebendo o apoio dos cidadãos. Neste sentido, este evento deveria promover um espaço socialmente organizado para que eles pudessem se desenvolver.

No entanto, no caso da Copa do Mundo FIFA, as formas de administração pública do evento parecem sugerir uma gestão do tipo *top down*¹³⁵, cujas decisões são tomadas de cima para baixo, a partir da FIFA. Temos que considerar também que nesta forma de gestão não há incentivos para a participação das comunidades envolvidas com o evento.

Lembremos que, como assevera Proni, esta parece ser uma marca visível no futebol

....algumas das transformações estruturais mais marcantes do futebol brasileiro ocorreram durante regimes políticos nada democráticos....num processo de modernização conservadora... de cima para baixo, ou seja, imposta ou induzida pela vontade do Estado....e que não foi discutida pela sociedade organizada (PRONI, 2000, p. 147)

¹³⁵ Gestão top down - Modelo tipo taylorista-fordista, onde a organização é estruturada nos moldes de uma pirâmide

Para além da inovação, outro pilar da competitividade é a capacidade de adaptação. Para PIRES et alli (2006, p.449), “A capacidade de reação à adaptação do local pode ser medida pelo nível de solidariedade espacial que sustenta os atores no território, e se configura em torno de um coletivo de empreendedores abertos a outros atores...”. Estes deverão estar inseridos na cultura do meio onde será instalado, resultando num ambiente favorável.

Dada a importância econômica, social e cultural do futebol no Brasil, o evento Copa do Mundo FIFA encontra um ambiente favorável para se desenvolver, considerando a importância cultural que o futebol tem para a população brasileira e os legados que este poderá promover ao país e às cidades-sede. Nesse caso, o evento deveria estabelecer uma base de solidariedade entre vários atores.

Para a existência desta solidariedade espacial, porém, é necessário um conjunto de regras e normas de comportamento, regulando estas formas de solidariedade, com regularidade e estabilidade, e assim favorecendo um ambiente de inovação e adaptação. A regulação local pressupõe uma organização das relações entre os atores diretamente envolvidos, com base numa coordenação das ações de projetos locais, ou seja, com uma base sólida de governança territorial. (PIRES et alli 2006).

Na Copa do Mundo, a entidade promotora do evento FIFA sistematiza seus processos a partir da formação de um comitê local – COL, no país sede, que concentra as relações dos governos e da iniciativa privada. No caso do Brasil, a concentração de poder parece ser um impeditivo para que as bases desta governança sejam mais democráticas, pois o presidente do COL é o mesmo presidente da CBF. Embora existam os comitês estaduais nas outras cidades-sede do evento, a atuação destes parece ser pouco flexível. A apresentação da estrutura organizacional e da governança da Copa do Mundo FIFA no Brasil está demonstrada no próximo capítulo.

A forma de gestão da entidade máxima da prática do esporte no Brasil – a CBF, conforme apresentada no capítulo anterior, aponta para uma gestão pouco democrática. Das pesquisas realizadas em vários *sites* especializados em esportes, extraímos alguns exemplos que ilustram o exposto. A permanência do presidente Ricardo Teixeira no cargo, desde 1989; a existência da CPI/Nike, que buscou

investigar a gestão da entidade¹³⁶; ações movidas no judiciário contra seu presidente, fundamentadas na pouca transparência da entidade, como também no difícil relacionamento do seu presidente com a mídia, indicam a pouca flexibilidade de governança no território do futebol, e por corolário na Copa do Mundo FIFA 2014.

Sendo a governança o resultado do relacionamento entre a sociedade civil organizada, os cidadãos, o poder local e a iniciativa privada, no alcance de um objetivo comum previamente estabelecido de forma consensual, isto não poderia acontecer. Esta governança necessita ser introduzida, exercitada e enraizada na cultura política local, como estratégia capaz de aprofundar a participação democrática e a co-participação na solução dos problemas e no aproveitamento das oportunidades dentro de cada localidade.

Neste sentido, as estruturas de governança eficientes são aquelas que, possuindo flexibilidade organizacional, viabilizam a estratégia competitiva, com uma estrutura de coordenação que permita a participação de vários agentes interdependentes. Isto certamente não acontece no caso da Copa do Mundo FIFA, pois desde a captação do evento a entidade apresenta-se muito rígida. Seus regulamentos e garantias exigidas aos países candidatos a sediar o evento não sugerem a inclusão de participação da população no processo.

Fundamentamos nossa afirmação pela incansável busca em obter cópia oficial do caderno de encargos assinado pelo Brasil junto à FIFA. Após infrutíferas tentativas, junto a diferentes órgãos e iniciativa privada, concluímos que não há interesse por parte dos gestores públicos, muito menos da entidade, em divulgar o conteúdo do documento, conforme será detalhado mais adiante.

Como vimos, a inovação, o ambiente favorável e a regulação formam uma tríade que impulsiona a competitividade. Embora a Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil possa ser considerada como um produto inovador, capaz de gerar excelentes oportunidades para as cidades-sede e para o país, visto que este apresenta um ambiente favorável para que o evento se desenvolva, a regulação do território do futebol se apresenta como um dos pilares mais frágeis, podendo, inclusive, comprometer as vantagens existentes. Esta afirmação se fundamenta na observação, de um lado, das práticas exercidas pelo COL/CBF e FIFA, e de outro pelo gerenciamento dos projetos nas cidades-sede do evento no Brasil, onde os

¹³⁶ Especificamente sobre esta CPI várias informações podem ser visitadas em <http://www.youtube.com/watch?v=1fFxGt1jBew&feature=related> acessado em 30/03/2010

interesses políticos e econômicos estão se sobrepondo aos possíveis legados e impactos positivos que o evento poderia proporcionar às comunidades receptoras, sem que estas participem do planejamento e organização do evento.

Sobre o legado turístico que os megaeventos podem promover nos países e cidades-sede, destacamos a modernização e ampliação da rede hoteleira, aumentando a oportunidade para captação de novos eventos; a melhoria da infraestrutura aeroportuária; a capacitação da mão de obra e o aumento do número de turistas internacionais.

O turismo¹³⁷ é, reconhecidamente, um fenômeno de natureza e expressão material e imaterial que atua diretamente na organização, ou melhor, na transformação do espaço, através do processo de (des)valorização que esta atividade promove nos locais onde se estabelece. Entende-se o turismo como agente transformador do espaço, sendo que a valorização ou a possível desvalorização que ele promove está intimamente ligada ao sistema de produção capitalista, que busca formas de expandir-se a partir da valorização das atividades turísticas em determinados espaços.

Para se ter uma ideia da importância econômica do turismo, apresentamos um cenário da atividade no contexto internacional, através dos dados do Ministério do Turismo. Historicamente, o crescimento da chegada de turistas internacionais tem superado o crescimento da economia. No período de 1975 a 2000, o Turismo teve um crescimento médio de 4,6% ao ano, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano. No caso do Brasil, a tabela 9 apresenta a evolução da entrada de turistas internacionais no país.

Tabela 9 - Chegada de Turistas Internacionais no Brasil (em milhões)
No período de 2002 a 2009

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
3.8	4.1	4.8	5.4	5.0	5.0	5.1	4.8

Fonte: Embratur Estatísticas Básicas de Turismo, Brasil, 2009 e OMT

¹³⁷ Turismo “atividades que realizam as pessoas durante suas viagens ou estadas em lugares distintos dos habituais, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com fins de ócio, por negócios e outros motivos”- definição aprovada em 1993 pela OMT – Organização Mundial do Turismo

Embora possamos observar um crescimento entre os anos de 2002 a 2005, a partir daí observamos uma estagnação e, no último ano, um decréscimo que pode ser explicado também pela crise financeira mundial.

Ainda que sejamos o primeiro destino na América do Sul, estamos muito distantes dos maiores receptores de turistas no mundo, que em 2008 contabilizou 921,8 milhões. Destes, apenas 20,8 milhões, o equivalente a 2,26%, tiveram como destino a América do Sul, e 5,0 milhões o Brasil, equivalentes a 24,28% da América do Sul e 0,55% do mundo. Os principais destinos turísticos no mundo, em número de chegadas de turistas internacionais, em 2008, foram: França com 79,3 milhões, Estados Unidos com 58,3 e Espanha 57,3 milhões¹³⁸.

Num contexto internacional, uma tendência observada é de desconcentração dos fluxos internacionais de turistas para fora dos principais países receptores (França, Espanha, Estados Unidos), com a inclusão de novos destinos. Este é um indicador de oportunidades de crescimento para destinos novos, como o Brasil, antecipando que a competição entre regiões para atrair visitantes e turistas se intensificará ainda mais nos próximos anos. Novos atores devem entrar nestas disputas, provocando uma concorrência acirrada entre os destinos turísticos. Cabe à iniciativa pública, através do planejamento estratégico para as cidades, aos agentes econômicos do mercado, bem como à sociedade aproveitarem esta oportunidade aberta aos destinos novos, a qual poderá proporcionar um desenvolvimento mundial mais desconcentrado, remodelando e reconfigurando o processo de globalização.

Isto poderia justificar também a captação do evento Copa do Mundo FIFA pela África do Sul, em 2010, pelo Brasil em 2014, Rússia em 2018, assim como pelo Catar em 2022, países estes que estão visualizando a oportunidade do megaevento para divulgar destinos novos, fora dos circuitos já consolidados.

O Turismo é um sistema integrado de grande complexidade, que mobiliza grandes fluxos, gerando trocas entre os polos de emissão e recepção de turistas, podendo ocorrer em todo mundo. Uma das formas de estudá-lo é pela segmentação. Neste trabalho estamos enfatizando o turismo de eventos e o turismo de esportes, ambos presentes no nosso objeto de estudo.

¹³⁸ Fonte: Organização Mundial do Turismo - OMT e Ministério do Turismo www.tuismo.gov.br acessado em 10/06/2009

De maneira simplificada, poderíamos resumir a conceituação de eventos, como sendo acontecimentos planejados e organizados para atingir objetivos. Considerando sua complexidade e dinâmica, um evento pode ser compreendido como um híbrido entre empresa e produto, uma vez que, para sua realização, torna-se necessário pesquisar, planejar, organizar, coordenar, controlar e implantar projetos. Tais ações, características do mundo empresarial, permitem aos eventos ganhar vida própria, com seu próprio sistema estrutural, funcional e de gerenciamento, justificando assim sua autonomia em planejamento, organização, direção e controle de tarefas (BRITO & FONTES, 2002). A Copa do Mundo FIFA exemplifica com clareza o exposto a partir do planejamento e organização, dirigidos pela FIFA e CBF/COL.

Neste contexto de autonomia, segundo os mesmos autores, o evento apresenta várias concepções que podem ser assim entendidas: representa uma atividade comercial, cujos resultados garantem a sobrevivência ou crescimento no mercado; serve como apoio na comercialização ou divulgação de produtos e serviços, visando atingir objetivos mercadológicos; configura-se como produto complementar da oferta turística de hotéis e restaurantes, minimizando os efeitos da sazonalidade e aumentando a frequência; serve como forma de obter recursos, difundir conhecimentos científicos, promover atividades culturais, entre outros.

Assim podemos observar a dinâmica e complexidade que envolve um evento, podendo ser estudado desde a ótica dos seus objetivos até os resultados alcançados por ele, bem como o conjunto diverso de agentes envolvidos na sua realização. No Caso da Copa do Mundo FIFA, podemos identificar claramente que ele representa uma atividade comercial para a entidade, com objetivo de crescimento e lucro, conforme demonstramos com a evolução do evento em um megaevento.

Tenan (2002, p.11) aponta vários benefícios do turismo de eventos, destacando: a) ajuda a equilibrar oferta e demanda, minimizando problemas de sazonalidade típicos da baixa estação turística; b) gera fluxos de pessoas e agrega valor à oferta turística; c) serve como instrumento de comunicação para a atração dos participantes; d) induz o turista a permanecer mais tempo na cidade, que gasta mais que o turista de lazer; e) possibilita que o participante extrapole a sua condição de espectador e participe de forma mais interativa das atividades em sua execução; f) valoriza os conteúdos locais, culturais, econômicos e sociais da região onde se

desenvolve, inserindo-se na programação ou como pano de fundo do próprio destino; g) favorece a atuação de todo o *trade* turístico da localidade receptora, bem como das localidades emissoras; h) gera negócios (acordos, alianças, permutas) e motiva políticas públicas; i) oportuniza a criação de empregos, aumenta investimentos, melhora a distribuição de renda e a captação de divisas; j) representa espaço adequado para a divulgação de destinos turísticos e comercialização de produtos e serviços inerentes; k) proporciona prestígio à cidade ou país-sede, que é alvo da imagem positiva na mídia espontânea que o evento gera.

Independentemente das razões e objetivos para os quais um evento foi concebido ou captado, é certo que ele demandará o envolvimento de muitos atores, para seu planejamento e organização. Neste sentido, é possível refletirmos sobre sua importância econômica e social. No Brasil, de acordo com dados do SEBRAE (2001), acontecem anualmente no país mais de 330 mil eventos, envolvendo 80 milhões de participantes.

O setor é uma importante fonte geradora de empregos em todo o país. A pesquisa realizada pela entidade mostrou ainda que cada espaço para eventos contrata, em média, 6,8 funcionários fixos. Este número, multiplicado pelos 1.780 espaços, resulta em 12.104 postos de trabalho diretos, aos quais se devem acrescentar 58.240 empregos terceirizados. Os espaços para eventos do país geram 70.344 empregos diretos e terceirizados.

As empresas organizadoras contratam em média 24,2 empregados fixos e 386,6 terceirizados e, considerando-se os padrões da “indústria” turística brasileira - três empregos indiretos para cada direto e terceirizado, pode-se inferir que o setor de eventos no país é responsável pela geração de 2.910.496 empregos.

Podemos considerar também outros indicadores que demonstram a importância do segmento. Somando-se os gastos dos participantes, a receita das locações e das empresas organizadoras, chega-se a uma renda total de R\$ 37 bilhões por ano, o que representou 3,1% do PIB brasileiro em 2001 e a arrecadação de tributos gerada estimada em R\$ 4,2 bilhões (SEBRAE, 2001, s.p.).

O Brasil ocupa uma posição privilegiada na produção de eventos no mundo, conforme apresentado na tabela abaixo.

Tabela 10 - *Ranking* ICCA¹³⁹ 2009 / Número de Eventos Internacionais

<i>ranking</i>	país	no. eventos
1º.	EUA	595
2º.	Alemanha	458
3º.	Espanha	360
4º.	Itália	350
5º.	Reino Unido	345
6º.	França	341
7º.	Brasil	293
8º.	Japão	257
9º.	China	245
10º.	Áustria	236

Fonte: ICCA - Relatório Estatístico 2009

Isto confere uma vantagem competitiva ao Brasil, no mercado mundial de eventos. A tendência é de permanente crescimento, uma vez que a globalização, além de mudar as características da economia mundial, encurtou distâncias, aproximou povos e culturas, através do aprimoramento e surgimento de novas tecnologias e sistemas de informação e de transportes, facilitando o aumento do ritmo e da velocidade das transações.

No mercado interno, as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro são as que ocupam o primeiro e segundo lugar, respectivamente, no *ranking* nacional de captação de eventos internacionais. Nessa mesma ordem, ocupam o 18º. e 26º. lugares no mundo, segundo o ICCA.

No Brasil, alguns exemplos de eventos ilustram os grandes fluxos turísticos para uma ampla gama de destinações. Multidões viajam para eventos religiosos como o Círio de Nazaré, em Belém, ou a Paixão de Cristo, em Nova Jerusalém; ou para eventos esportivos, como a Corrida de Fórmula 1 em São Paulo que, segundo a SP Turis, gera cerca de R\$ 80 milhões para a cidade; ou para eventos culturais como a Festa do Boi Bumbá, em Parintins, no Amazonas; ou para eventos agropecuários, como a Festa do Vinho, em Caxias, no Rio Grande do Sul, ou a Festa do Peão Boiadeiro, em Barretos, São Paulo; ou eventos comerciais como o Salão do Automóvel, ou a Feira de Utilidades Domésticas, em São Paulo; ou ainda para eventos técnicos e científicos que ocorrem por todo Brasil. (SEBRAE, 2001).

A captação dos megaeventos Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos 2016 somar-se-ão aos já consolidados eventos realizados no país, podendo dinamizar ainda mais o setor de eventos.

Dentro do turismo o outro segmento envolvido, no nosso caso de estudo, é o turismo de esportes, que para o Ministério do Turismo “compreende as atividades

¹³⁹ ICCA - International Congress & Convention Association

turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas”¹⁴⁰.

Entendemos o termo “práticas” como sendo a realização física da modalidade esportiva propriamente dita, “envolvimento” como as atividades e serviços diretamente relacionados à organização e operacionalização da prática e da apresentação esportiva, e “observação” como a participação do turista no papel de espectador, torcendo ou assistindo a apresentação de alguma modalidade esportiva.

As modalidades esportivas referem-se às atividades esportivas praticadas sob regras, normas e esquemas técnico e tático. Uma modalidade esportiva é, geralmente, institucionalizada e tem como elemento principal a competição. Toda competição presume disputa e rivalidade - faz parte da lógica do jogo “o princípio da incerteza”. Nesse caso, para fins turísticos, são consideradas de caráter competitivo as disputas oficiais (torneios, campeonatos), organizadas por entidades representativas (associações, federações, confederações) e as disputas ditas “amistosas”, sejam praticadas por profissionais ou amadores.

Segundo o Ministério do Turismo, o turismo de esportes possui algumas características que o distingue das outras modalidades, como: a) Estímulo a outros segmentos e produtos turísticos, uma vez que a estada do turista em um destino, em função de determinado evento esportivo, permite a visita a outros atrativos e o consumo de produtos diversos, caracterizando diferentes tipos de turismo; b) Incentivo a eventos e calendários esportivos, já que a organização do segmento assenta-se primordialmente na realização de eventos esportivos de qualidade e com potencial de atratividade. Assim, quanto maior a movimentação turística em função de determinado esporte, maior é a necessidade de organização do setor, estimulando a elaboração de calendários bem definidos e compartilhados, o fortalecimento dos eventos tradicionais e a ampliação da oferta a partir da criação e inovação de outros eventos; c) Não depende, de modo geral, da utilização de recursos naturais para exercer atratividade, mas de equipamentos e estruturas específicas construídas para a prática do esporte; d) Induz à implantação de estruturas esportivas também para o uso da comunidade receptora, como “legados”; e) Não depende, necessariamente, do clima ou épocas do ano, mas principalmente da elaboração de calendário; f) Estimula a comercialização de produtos e serviços

¹⁴⁰ Disponível em www.turismo.gov.br acessado em 10/06/2010

agregados (roupas e artigos esportivos, suplementos etc); g) Estimula o sentimento de pertencimento e fortalece a autoestima de quem pratica e de quem assiste a apresentação; h) Estimula práticas e estilos de vida saudáveis; i) Valoriza o ser humano e a prática do esporte; j) Promove a confraternização; k) Tem a capacidade de transformar as competições esportivas em fatores de sociabilidade.

Nesta direção, o destaque é dado para a união do turismo de eventos e do turismo de esportes, na criação ou captação de eventos esportivos de toda ordem e escala, como elementos primazes para se compreender a importância que é para as cidades sediar e organizar estes eventos, com o intuito de gerar novas possibilidades para as localidades.

Para o Brasil, a criação de novos produtos, como inovadores na produção do turismo, representa oportunidades para o crescimento da atividade. No entanto, no caso da Copa do Mundo FIFA, chamamos a atenção para a necessidade de estudos e pesquisas a serem elaborados por instituições sem ligação com os interesses políticos e financeiros do evento, posto que, como amplamente apresentado, quem tem interesse tende a superestimar os dados. Neste sentido, eles devem indicar as efetivas oportunidades para cada cidade-sede, levando em consideração a capacidade produtiva do turismo em cada estado, evitando-se estimular o setor ao crescimento, sem políticas públicas que contemplem ações futuras e que justifiquem os investimentos.

Ainda que o Ministério do Turismo admita em seu *site* que espera a captação de 600 mil turistas para a Copa do Mundo FIFA 2014, acreditamos que estes números estão superestimados. Nossa afirmação baseia-se em: a) localização do Brasil em relação aos maiores polos emissores do mundo, o que encarece e dificulta os deslocamentos; b) cenário mundial financeiro pelo qual os países estão passando; c) imagem do país no exterior, sobre questões de segurança. Considerando-se o aspecto geográfico da África do Sul, citada aqui como exemplo, podemos admitir tais singularidades entre os dois países, recordando que nesta edição o país recebeu apenas pouco mais de 300 mil turistas. Admitimos, entretanto, que poderá haver um incremento no turismo doméstico e no número de turistas dos países vizinhos, a depender dos sorteios dos jogos e sedes envolvidas.

Especificamente sobre o legado turístico que um evento como a Copa do Mundo FIFA pode propiciar às cidades brasileiras, destacamos que o aumento ou melhoria da capacidade hoteleira, da infraestrutura aeroportuária e da capacitação

da mão de obra estão sendo usados como sensibilizadores para justificar os altos investimentos no evento.

Neste capítulo, foram tratados temas como a transformação de um simples “jogo de futebol” em “jogo dos negócios”; o processo de captação de uma Copa do Mundo FIFA; os critérios técnicos adotados na escolha dos países e cidades-sede; os legados que poderão advir deste evento. Conforme crítica feita por Higham (1999) aos legados e efeitos dos megaeventos, os benefícios sociais e econômicos podem agradar muito mais aos interesses dos organizadores e patrocinadores do que aos interesses da comunidade.

Também observamos que a população não teve acesso e nem foi chamada a participar de nenhuma decisão relativa ao mesmo, sendo apenas envolvida por campanhas de *marketing* que visam sensibilizá-la para melhor aceitação dos investimentos que, em última instância, serão cobrados dela.

Sobre o turismo, destacamos a necessidade de estudos e pesquisas independentes, numa forma de fugir de dados superestimados. Por fim, observamos a permissividade do Estado-Nação brasileiro, inferindo com isso uma submissão do território brasileiro ao território do futebol e, conseqüentemente, à FIFA e CBF/COL, cujos interesses estão prioritariamente centrados no capital, como detalharemos a seguir.

CAPÍTULO 3 – A COPA DO MUNDO FIFA 2014 NO BRASIL: Da captação às possíveis externalidades no território do futebol

No primeiro capítulo apresentamos o território do futebol, entendendo este esporte como gênese da criação do megaevento Copa do Mundo FIFA, apresentado no segundo capítulo. Pelo fato do evento apresentar-se como um projeto estratégico para o país, para as cidades-sede e cidades-base, nosso objetivo neste capítulo é discutir criticamente este megaevento e apresentar possíveis externalidades no território do futebol.

Inicialmente, cabe destacar a dificuldade encontrada por esta pesquisadora em localizar documentos oficiais que pudessem ser usados como fontes primárias na pesquisa. O caderno de encargos final que, como dissemos, contém todas as exigências e garantias assumidas pelo Brasil e os contratos assinados junto à FIFA, seriam nosso ponto de partida.

Após incontáveis tentativas infrutíferas, junto a empresas, órgãos públicos, CBF e FIFA, concluímos que estes documentos não se encontram disponíveis. Uma plausível justificativa para isso pode ser identificada no próprio *site* do Ministério do Esporte, em entrevista concedida pelo ministro Orlando Silva Jr., no Rio de Janeiro, em 26 de julho de 2006, de onde destacamos:

Para o ministro, o governo federal trata como prioridade cumprir tudo o que for de sua responsabilidade para a preparação do país. “O Brasil deve estar preparado para sediar a Copa. Devemos fazer desse evento uma oportunidade de investimentos nas cidades-sede e na modernização dos estádios”, afirmou o ministro. “Para isso, vamos precisar de parceria entre governo federal, CBF e iniciativa privada. O governo está disposto a assumir suas responsabilidades”, completou. [grifo nosso]

Fonte: Assessoria de Comunicação do Ministério do Esporte¹⁴¹

No grifo destacamos que o Estado trata o projeto Copa do Mundo FIFA 2014 com a parceira da CBF, que, conforme amplamente apresentado, não demonstra ser uma entidade democrática. Disto concluímos que tornar público este documento não seja interesse da CBF, nem da FIFA, como agente hegemônico. Também devemos considerar a questão da confidencialidade exigida, conforme será demonstrado na análise dos documentos que serão apresentados a seguir.

Na impossibilidade de localizar os documentos assinados pelo governo brasileiro, partimos para a busca indireta das informações necessárias. Nos

¹⁴¹ Disponível em www.esporte.gov.br acessado em 30/-7/2010

documentos que utilizaremos estão o acordo preliminar de candidatura e o acordo preliminar para sediar o evento. Também usaremos o relatório final da Comissão de Fiscalização Financeira e Controle da Câmara dos Deputados, “Brasil – Copa 2014: Desafios e Responsabilidades”, e o mais recente relatório do Tribunal de Contas da União (abril 2011).

Para analisar a Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, acreditamos ser importante iniciar pela análise do documento preliminar Acordo para Candidatura¹⁴², posto ser este o primeiro passo a ser dado pelos países que desejam captar o evento. Assim, apresentamos um resumo dos seus pontos principais.

O documento apresenta-se dividido por seções, sendo a primeira destinada à introdução, definições, conceitos e siglas de vários termos utilizados ao longo do documento.

A segunda seção, nomeada Submissão das Propostas, encontra-se dividida em subseções. O item 2 - Participação no Processo, distribuído em 11 subitens, confere amplos poderes à FIFA, bem como o controle total sobre o evento. Destaca a necessidade de o COL apresentar a Proposta Oficial e também apresenta, no subitem 2.8, a obrigatoriedade de constar da proposta “os contratos no valor estimado “por alto” em US\$ 300 milhões entre a FIFA e o COL”. O item 3 trata das Regras de Conduta, admitindo a possibilidade de doações e patrocinadores que, necessariamente, devem ser aprovados pela entidade. Limita ainda a 5 pessoas os membros da delegação oficial, sendo que “a maioria destas deve ser de membros da associação candidata (leia-se CBF)”. O item 4, nomeado Marca da Proposta, limita o uso de expressões ligadas ao evento ou à FIFA na apresentação da proposta. O item 5 trata da Promoção da Candidatura, permitindo a criação de material promocional e *site*, desde que fique caracterizado como não oficial da FIFA. O item 6 - Estabelecimento da Proposta do COL- admite que esta será conjunta e literalmente sujeita à proposta do acordo do país-sede. Admite ainda que a “Associação da Candidatura tenha habilidade legal para adequadamente influenciar, direcionar e controlar as decisões do COL”, e também que a “FIFA possa apontar no mínimo 3 representantes para compor o corpo de diretores do COL”, e “é dado direito (mas não obrigação) para apontar representantes do governo como membros

¹⁴² Disponível em

<http://www5.senado.gov.br/rio2016/acoes-por-uf/acordo%20da%20candidatura%20Brasil%202014.pdf>
acessado em 08/06/2011

do COL”. Recomenda que o COL receba US\$ 10.000.000,00 da Associação da Candidatura, como fundo de capital adicional, para o início das atividades, previsto no Acordo do país-sede.

Destacamos que esta seção do documento reforça ainda mais os amplos poderes conferidos à FIFA, bem como seu controle total sobre o evento, demonstrando sua hegemonia como ator principal. Reforça também o exposto no capítulo anterior, sobre a onerosidade do processo de candidatura de um país na captação de um evento, visto que a FIFA sugere um aporte de recursos de US\$ 10 milhões da CBF e do governo brasileiro para apresentação da Candidatura.

O estabelecimento de um valor contratual entre a FIFA e o COL, estimado em US\$ 300 milhões, parece ser irrisório, quando comparado às exigências e aos gastos que o COL, a União, os governos estaduais e municipais terão de arcar para a organização do evento, e também aos altos lucros que a entidade deverá auferir com o evento, conforme será apresentado adiante. Ainda que o COL possa contratar patrocinadores para o evento, como forma de garantir receitas, todos estes contratos devem ser submetidos à FIFA, que tem poder de vetá-los

O claro exemplo da pouca democracia na formação do grupo gestor da proposta da candidatura pode ser observado pela limitação da delegação oficial em 5 membros, o que sugere a formação de um grupo pequeno para que a administração fique concentrada. O documento reforça que o “grupo tenha habilidade legal para, adequadamente, influenciar, direcionar e controlar as decisões”. Ressaltamos também que a FIFA pode apontar 3 representantes para compor o corpo de diretores do COL, e que a ela é dado direito (mas não obrigação) para apontar representantes do governo como membros do COL.

O Suporte Governamental é apresentado na seção 3, onde a mais alta autoridade governamental deverá emitir declaração de apoio à candidatura. As garantias governamentais devem ser anexadas à proposta, sem o que a FIFA reserva-se o direito de não aceitá-la. A Associação da Candidatura concorda em empenhar seus melhores esforços para assegurar que todas as leis especiais, regulamentos e portarias sejam atendidas nas Garantias Governamentais e que sejam adotadas sem omissão ou emendas.

A seção 4 apresenta as condições impostas ao país-sede, onde a Associação da Candidatura concorda em rever todas as leis aplicáveis, regras e regulamentos do país (neste caso o Brasil), bem como quaisquer aspectos de Direito de Marketing

e Mídia, incluindo: leis (anti-truste) de competição; leis de mídia, transmissão e comunicações; leis de propriedade intelectual (incluindo proteção à marca); lei de proteção de dados pessoais; leis de propaganda pública; leis relacionadas à importação, propaganda e consumo de bebidas alcoólicas; leis de segurança e saúde; leis de melhoria social (se houver alguma) e de proteção a grupos minoritários; leis de união de comércio; políticas de imigração (permissões de entrada e saída); regulamentos de permissão de trabalho de estrangeiros; leis de imposto de renda aplicadas aos indivíduos e corporações, bem como detalhes sobre outros impostos.

Ainda nesta seção sobre Assuntos Governamentais, a Associação para Candidatura concorda em incluir: a Constituição Federal; o número e papel das partes políticas; as datas programadas das futuras eleições e das 3 mais recentes; a identidade e reputação (em pesquisa de opinião pública) do partido político dominante (incluindo coalizões) e principais assuntos políticos atuais no Brasil; a natureza das relações entre governo nacional, regional e prováveis sedes; procedimentos planejados para a coordenação; declarações públicas (positivas ou negativas) em relação à candidatura para sediar e organizar as competições. Sobre os Indicadores Econômicos, deverá incluir na Proposta um sumário com 2 previsões independentes, a médio prazo, sobre o cenário econômico dos próximos 5 anos, assim como apresentar a renda per capita média do Brasil nos últimos 5 anos. Deve ainda apresentar a taxa média de inflação e da flutuação cambial (real, dólar americano e franco suíço) dos últimos 10 anos.

Chamamos a atenção para o poder que é conferido à Associação da Candidatura, posto que o atendimento ao cumprimento das Garantias Governamentais exige elaboração, edição, revisão, alteração, aprovação de leis que atendam às exigências. Isto implica na atuação do COL junto aos poderes legislativo e judiciário, bem como a órgãos públicos diversos, para atender ao evento. O detalhamento destas Garantias Governamentais será apresentado mais adiante. Por ora, apresentamos as onze garantias oferecidas pelo governo, que foram: Permissões para entrada e saída; Permissões de trabalho, Segurança e Proteção; Bancos e Câmbio; Hinos e Bandeiras Nacionais; Telecomunicações e Tecnologia da Informação; Direitos alfandegários e impostos; Proteção e exploração de direitos comerciais; Indenização; Procedimentos de imigração; Alfândega e *check-in*.

É destinada ao item 10 a apresentação de dados sobre clima, incluindo também informações detalhadas sobre ar, água e meio ambiente (natural e cultural). Também deve ser incluído na proposta um resumo detalhado sobre a infraestrutura de transporte (público e privado) existente nas prováveis cidades-sede, que contenham detalhes de aeroportos, estradas de ferro, serviço de monotrilho, serviço de ônibus, rede de rodovias, facilidades de estacionamento. A proposta deve incluir um plano detalhado de transporte, de serviço médico, de segurança, de inventário de propaganda de *out doors* (nos períodos de 2 semanas antes do início de cada competição, durante e após 48 horas, bem como 1 semana e até 48 horas no sorteio final).

As questões sobre acomodação, seção 5, são tratadas no item 11 - Objetivos da Operação e da Acomodação, e a Condução da Operação de Acomodação é tratada no item 12, sendo de exclusividade da FIFA, cabendo ao COL apenas indicar os prováveis hotéis, reservando-se o direito da FIFA de obter inventário adicional. Esta seção ainda apresenta detalhamento das características das acomodações para torcedores, equipes, árbitros, mídia e para a própria FIFA, que produzirá um catálogo com as informações. Os custos de hospedagem das equipes não estão a cargo do COL, sendo que a FIFA deverá repassar uma verba de apoio para este fim. É reservado à FIFA o direito de escolha final das Concentrações Bases das Equipes. Após a identificação dos prováveis hotéis oficiais, a Associação da Candidatura concorda em discutir com a FIFA os hotéis que entrarão no Acordo Hoteleiro, cabendo à Associação da Candidatura executar tal acordo, que deve conter uma fórmula detalhada das diárias, bem como garantir que não seja cobrado número mínimo de diárias. Salienta que o Acordo Hoteleiro proibirá, durante os períodos de competições, a montagem interna ou externa de qualquer propaganda ou materiais marcados como comerciais, exceto a marca do hotel, reservando somente à FIFA os direitos de conduzir atividades comerciais, como venda de tíquetes ou mercadorias relativas ao evento.

A hierarquização na escolha das acomodações é dada preferencialmente à FIFA, seguida depois pela Associação da Candidatura e pelo COL, conforme o item 13. No item 14 são apresentadas as Acomodações dos Acordos Hoteleiros.

A seção 6, denominada Abastecimento Geral, no item 15 - Diversos, apresenta orientações jurídicas contratuais, de onde destacamos, no subitem 15.9, denominado Confidencialidade.

As partes reconhecem que os conteúdos, em particular os detalhes financeiros e qualquer informação revelada deste Acordo, são confidenciais e concordam em fazer as coisas necessárias para preservar seu aspecto confidencial, exceto quando: (i) a revelação é solicitada por leis relevantes ou pedidos da corte, (ii) os conteúdos são, ou as informações são, de domínio público, (iii) a revelação é necessária dentro da Associação da Candidatura ou grupo da FIFA como parte de comunicado ordinário ou procedimento de revisão, (iv) a revelação deve ser feita por auditores ou conselheiros profissionais da Associação da Candidatura ou da FIFA que têm necessidade legítima para saber de tais conteúdos ou informações e que concordam a ser limitado por provisões desta cláusula 15.9. [grifo nosso]

Destacamos no grifo o caráter de confidencialidade do Acordo, razão pela qual iniciamos este capítulo apresentando nossa dificuldade em obter o caderno de encargos completo. A condição de pesquisadora não se enquadra em nenhuma das exceções apresentadas. No entanto, considerando-se a importância econômica, social, política e cultural do evento, conforme apresentado anteriormente, destacando o fato de que se trata de um projeto de grande relevância, que de forma simplificada admite: 1) o governo como parceiro; 2) apresenta forte impacto nas contas públicas; 3) implica grandes transformações urbanas, com impacto direto para a população das comunidades envolvidas, entre outros, manifestamos nossa indignação, na medida em que a falta de transparência ofende nossos princípios democráticos, garantidos pela Constituição Federal, art 5º, inciso XXXIII¹⁴³, e pela lei 11111/05¹⁴⁴, que regulamenta o disposto no artigo e inciso citado. Ressaltamos ainda que, por ser considerado um documento sigiloso, imprescindível à segurança da sociedade e do Estado, o acesso a este está restrito por até 30 anos, podendo ser prorrogado, por uma única vez, por igual período, conforme assegura o art. 23 § 2 da lei no. 8159, de 8 de janeiro de 1991.

¹⁴³ Constituição Federal. 1998. art 5º. Inciso XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

¹⁴⁴ LEI Nº 11.111 - DE 05 DE MAIO DE 2005 - DOU DE 6/5/2005 Regulamenta a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal e dá outras providências.

Art. 1º Esta Lei regulamenta a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal.

Art. 2º O acesso aos documentos públicos de interesse particular ou de interesse coletivo ou geral será ressalvado exclusivamente nas hipóteses em que o sigilo seja ou permaneça imprescindível à segurança da sociedade e do Estado, nos termos do disposto na parte final do inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal.

Art. 3º Os documentos públicos que contenham informações cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado poderão ser classificados no mais alto grau de sigilo, conforme regulamento. [grifo nosso]

Sendo assim, caso existam conflitos de interesses no evento Copa do Mundo FIFA 2014, estes certamente não receberão investigações, tendo em vista que o prazo máximo de restrição dos documentos poderá ser de até 60 anos.

Ademais, cabe salientar que no Acordo para Candidatura não há como não admitir o Estado como membro do COL, posto que as garantias governamentais obrigatórias do acordo exigem, necessariamente, a presença do Estado, incluso porque muitos dos investimentos para o evento são oriundos dos cofres públicos.

Cabe aqui esclarecer que, por ocasião da candidatura do Brasil, o país concorrente (Colômbia) retirou sua proposta em 11 de abril de 2007. Na condição de único candidato a sediar a Copa do Mundo FIFA em 2014, supõe-se que, em tese, o Brasil poderia não ser tão permissivo no aceite das imposições feitas no Acordo para Candidatura, aproveitando esta oportunidade para estabelecer cláusulas mais abertas e flexíveis. Lembremos que a Alemanha, em 2006, conseguiu junto à FIFA dividir a receita oriunda da venda dos ingressos, entre outras regalias.

Diante da análise das exigências apresentadas no Acordo Para Sediar, especificamente sobre os desdobramentos econômicos, jurídicos e sociais, acreditamos que o Brasil, antes de apresentar a candidatura, deveria ter promovido uma consulta à população brasileira, a partir de um amplo debate em forma de plebiscito que, inclusive, serviria para legitimar o apoio a sua candidatura, numa demonstração de exercício da democracia, como sugerimos no capítulo anterior.

O Brasil apresentou sua candidatura e em 30 de outubro de 2007 foi reconhecido pela FIFA como país sede da Copa do Mundo FIFA 2014. Cabe ressaltar também que, considerando ser a FIFA a única organizadora da Copa do Mundo de Futebol FIFA, e tendo a CBF como filiada nacional da entidade, pelo princípio de autonomia da vontade das partes na assinatura do acordo o Brasil ofereceu as garantias governamentais exigidas já tendo tido conhecimento prévio das cláusulas.

O outro documento identificado é o Acordo Preliminar para Sediar, que trata de oferecer detalhamento do acordo anterior e se apresenta dividido em 17 seções, a saber: 1. Introdução e definições, 2. Indicação do COL, 3. Exigências estruturais internas, 4. Assuntos de governo, 5. As competições, 6. Organização de eventos subordinados, 7. Cidades anfitriãs, 8. Requisitos de infraestrutura do local, 9. Transporte, 10. Emissão de ingressos e hospitalidade, 11. Segurança e Seguro, 12. Imprensa, Comunicações e Relações Públicas, 13. Direitos comerciais, 14.

Tecnologia da informação, 15. Finanças, 16. Assuntos médicos e controle de *dopping* e 17 Aspectos gerais. Constam ainda os Apêndices A e B, Garantias governamentais executadas e Oferta de Proposta Oficial, aos quais infelizmente não tivemos acesso.

As páginas de número 4 a 14 são destinadas à conceituação de termos usados pela FIFA, importantes para a compreensão do documento. A seção 2 trata de apresentar a nomeação do COL, que reconhece que a FIFA “reserva-se o direito de tomar a decisão final... concorda que estará de acordo com todas as decisões tomadas [pela FIFA]” e que o COL compromete-se “em indenizar inteiramente a FIFA de todos os custos razoavelmente incorridos pela FIFA no desempenho da responsabilidade”. Os trechos destacados fundamentam nossas argumentações quanto à total hegemonia da entidade, apresentadas durante todo este trabalho.

Outro ponto que merece destaque, ainda nesta seção, é o item 2.9

2.9 Oportunidades para Afiliados Comerciais: o LOC deve, antes de conduzir qualquer atividade em relação à apresentação, hospedagem e organização de qualquer aspecto das Competições e eventos Subordinados, e antes da indicação de qualquer fornecedor de serviço terceirizado, considerar de boa fé a possibilidade de poder contratar Afiliados Comerciais para a provisão dos serviços aplicáveis às categorias de produto dos Afiliados Comerciais relevantes.

Se pedido pela FIFA, o LOC deverá assinar contrato com um Afiliado Comercial para a provisão dos serviços relevantes, e a FIFA usará esforços razoáveis para assegurar-se de tais serviços obtidos pelo LOC em termos comerciais favoráveis.

Dele depreendemos a existência de uma rede de “parceiros” da FIFA, os quais serão indicados preferencialmente na aquisição de produtos e serviços, para atender às necessidades da Copa do Mundo FIFA, sugerindo, num primeiro momento, um comportamento antiético no sistema de mercado, conforme nos ensina David Fritzsche:

O sistema de mercado é uma maneira mais eficiente e eficaz de alocar os recursos Algumas condições necessárias para que o sistema de mercado funcione eficazmente incluem:

- 1 O direito de possuir e controlar propriedade privada
- 2 Liberdade de escolha para comprar e vender bens e serviços
- 3 A disponibilidade de informação precisa a respeito desses bens e serviços. (FRITZSCHE, 1998, p. 18) [grifo nosso]

Destacamos a liberdade de escolha para comprar bens e serviços, que parece não estar sendo expressa no acordo entre FIFA e COL, comprometendo o sistema de mercado. O autor ainda complementa

[...] Restrições à liberdade, informações erradas e roubo estão associados a comportamento antiético. Portanto, de uma perspectiva macro, o

comportamento ético é um pré-requisito para que o sistema de mercado funcione eficientemente. (FRITZSCHE, 1998, p. 21)

Destarte, como bem acentua Fonseca

O poder econômico privado se corporifica na capacidade que têm as empresas de influir nas condições e nos resultados econômicos do mercado, de tal forma a dele retirar vantagens que as coloquem em posição de superioridade perante as demais e em posição de domínio sobre os trabalhadores e consumidores. FONSECA (2001, p.13)

Com o conceito apresentado pelo autor, podemos admitir que o poder econômico da corporação FIFA influi nas operações dela sobre todos seus “parceiros” dos países-sede da Copa do Mundo FIFA, obtendo vantagens que determinam sua hegemonia, quebrando o princípio da liberdade de comércio, que tem como fundamento a independência dos agentes econômicos do mercado.

A falta de liberdade na escolha da compra e venda de produtos e serviços, sugerida pela FIFA, pressupõe que determinadas empresas, chamadas por ela de “Afiliadas Comerciais”, possam unir-se para assegurar esse controle, estabelecer preços elevados, garantir altas margens de lucros ou ainda incentivar a corrupção.

Matéria apresentada no Jornal Folha de S Paulo, de 13 de junho de 2011, intitulada “FIFA impõe parceiros às sedes do Mundial”, ilustra o exposto¹⁴⁵.

Fifa impõe parceiros às sedes do Mundial

Entidade pressiona cidades a "cooperar" em suas licitações e faz lobby por seus próprios patrocinadores

FILIPPE COUTINHO/FERNANDA ODILLA
DE BRASÍLIA

A Fifa pressiona as 12 cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 a "cooperar" nas licitações dos estádios e a contratar empresas patrocinadoras da entidade.

A Folha ouviu reclamações dos representantes dos governos estaduais, sob condição de anonimato, e conseguiu cópia de documentos que confirmam o lobby.

Os papéis mostram que o departamento de marketing da Fifa e o Comitê Organizador Local (representante da entidade no país-sede do Mundial) atuaram em favor de uma fabricante de brindes, uma empresa de energia solar e uma seguradora.

As três empresas são apresentadas como líderes de mercado e parceiras oficiais da Fifa, o órgão máximo de futebol, cujos dirigentes foram recentemente alvo de denúncias de corrupção, entre elas o pagamento de propina na eleição das sedes das Copas de 2018 e 2022.

Entre os documentos obtidos pela Folha, estão um e-mail e uma apresentação de PowerPoint em que a Fifa manifesta interesse na contratação da parceira ADM para a confecção de brindes, como bonés e chaveiros.

¹⁴⁵ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1306201102.htm> acessado em 14/06/2011

Os documentos são assinados pelo diretor de marketing da Fifa no Brasil, Jay Neuhaus. O recado: ou a sede contrata a ADM ou paga 17% de taxa de licenciamento caso opte por outra fabricante.

As sugestões de contratação colocam as cidades-sede diante de um impasse. Agradar à entidade, pedindo a consórcios e empreiteiras responsáveis pelas obras que contratem as empresas ligadas à Fifa, ou, no caso de contratos pagos apenas com dinheiro público, seguir a Lei de Licitações, arcando, assim, com custos extras para atender ao padrão Fifa. Em e-mail de abril, enviado após alerta das cidades para as restrições da legislação, Neuhaus fez um pedido.

"Esperamos ter a cooperação de vocês em adotar a ADM. Nós entendemos que as sedes, por serem entidades públicas, estão atreladas aos processos de licitação, porém esperamos encontrar uma forma de garantir que a ADM sempre faça parte deste processo", dizia o texto.

No e-mail, o diretor da Fifa elogia a equipe da ADM como "a mágica do projeto".

A Folha também teve acesso a e-mail enviado em janeiro deste ano aos coordenadores das 12 cidades-sede e assinado por Carlos de la Corte, consultor do COL.

De la Corte pede que a chinesa Yingli seja contatada por oferecer serviços de energia "alinhados" com a Fifa. E solicita às cidades que verifiquem "as possibilidades de parceria". De la Corte diz que a Yingli tem o selo de obra sustentável, exigência da Fifa para as arenas da Copa.

O consultor do COL encaminha carta assinada pelo diretor-geral de marketing da Fifa, Thierry Weil, que diz que a entidade "considera que os produtos da Yingli Solar podem ser a melhor solução para a eficiência energética dos estádios da Copa".

Weil e De la Corte pedem sigilo sobre o fato de a empresa ser patrocinadora da Copa. A parceria só foi anunciada oficialmente na última quarta, cinco meses após o e-mail.

O diretor-geral de marketing da Fifa também assinou outro ofício anunciando a Liberty Seguros como seguradora do próximo Mundial.

O documento foi encaminhado por e-mail, por meio do COL, para 37 representantes das cidades-sede.

Weil pede aos coordenadores que contatem o patrocinador e destaca as qualidades da Liberty Seguros.

A matéria indica que as práticas sugeridas no acordo apresentam conflitos de interesse entre as cidades-sede e os "afiliados comerciais" da FIFA, incluindo o COL como intermediador.

A seção 3 do documento apresenta a estrutura de gerenciamento e pessoal do COL, detalhando a organização, estrutura, planos de pessoal, programas de voluntariados, transferência de conhecimento e programa do observador. Ainda detalha a apresentação de relatório de progresso e projeto dos planos de gerenciamento, datas de entrega, análises, e a caracterização do escritório FIFA no Quartel General - QG do COL. Estabelece as condições de informações e auditorias, inspeção e os pagamentos de custos destas operações. Apresenta ainda a estrutura organizativa da FIFA, seus comitês e QG's, detalhando os requisitos e acomodações para os escritórios-sede, bem como as exigências de tecnologia de informações,

ambientes para conferências e a necessidade de uma sede central com QG dos árbitros.

A atual formação do COL 2014 é composta por Ricardo Teixeira, que acumula a presidência da CBF e do COL; Joana Havelange (gerente-geral); o advogado Dr. Francisco Mussnich (consultor jurídico); o ex-presidente do Banco Central, Carlos Langoni (consultor financeiro); o arquiteto Carlos de La Corte (consultor de estádios), e o assessor de imprensa da CBF, Rodrigo Paiva (diretor de comunicação). Nos textos não identificamos quem são os membros do Estado que compõem o COL.

Para as operações comerciais exigidas para atender ao evento, foi necessária a criação de uma pessoa jurídica de direito privado. Segundo Gustavo Tavares Borba, Procurador Regional da Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (JUCERJA), no processo nº. 0-2008/069.886-7 ¹⁴⁶ foi constituída a Empresa Copa do Mundo FIFA 2014 - Comitê Organizador Brasileiro Ltda, a qual possui como sócios a Confederação Brasileira de Futebol (associação sem fins lucrativos) e uma pessoa física (Ricardo Teixeira), e tem como objeto social organizar, sediar e realizar a Copa das Confederações FIFA 2013 e a Copa do Mundo FIFA 2014, podendo desenvolver outras atividades que sejam relacionadas ou conexas à organização, promoção e realização das Competições.

O Procurador apresentou pareceres sobre a constituição da empresa, e entre eles destacamos:

...conforme parágrafo 1º da cláusula 17ª do contrato social, não haveria um critério pré-definido para a divisão do lucro, apenas estipulando o contrato social que eles poderiam ser distribuídos de forma desvinculada da participação societária.

Essa cláusula é irregular, uma vez que se afigura imprescindível a estipulação de uma regra clara e estável quanto à distribuição dos lucros, posto que essa matéria não pode ficar sujeita a total discricionariedade dos sócios, primeiro porque tal critério seria arbitrário, e segundo em virtude de que, no caso, a sociedade seria composta majoritariamente por uma entidade sem fins lucrativos, de forma que a distribuição dos lucros procedida de maneira desvinculada da participação societária poderia representar violação indireta ao previsto no art. 6º do Estatuto da Associação, no qual ficou estipulado que “a CBF não tem objetivos lucrativos, devendo aplicar suas receitas e recursos financeiros na realização de suas finalidades”, sendo de se observar que essa disposição está em consonância com o art. 53 do Código Civil/02. (grifo nosso)

¹⁴⁶ Disponível em <http://www.jucerja.rj.gov.br/Instituicao/procuradoria/pdf/0020080698867.pdf> acessado em 23/06/2011

O parecer do procurador, embora não proibitivo, apresentou algumas recomendações, considerando “imprescindível a estipulação de uma regra...” para a distribuição dos lucros. Mas, apesar do exposto, o contrato foi acatado pela assembléia geral da Junta Comercial do Rio de Janeiro (JUCERJA), que determinou seu registro em 11 de junho de 2008.

Isto sugere que, não sendo determinada a repartição dos lucros, mas admitida a existência destes, como resultado das operações da Empresa Copa do Mundo FIFA 2014 – Comitê Organizador Brasileiro Ltda, em tese, caberá ao Sr. Ricardo Teixeira determinar os beneficiários e a distribuição dos lucros.

Lembremos que, no caso da Alemanha, conforme apresentado anteriormente, os lucros do evento foram de 21 milhões de euros, repassados para a Federação Alemã de Futebol.

Uma pesquisa do Ibope, publicada na edição de 19 de agosto de 2010, no jornal Lance¹⁴⁷, ouviu 2.367 pessoas pelo país e demonstra que 8% apóiam a não participação da CBF e, para 33% dos entrevistados, o modelo ideal de organizar uma Copa do Mundo teria estrutura tripartite, composta por governo federal, entidades da sociedade civil e também pela CBF. Este também é nosso entendimento.

A leitura de vários *sites* e *blogs* esportivos nos leva a crer que haja um consenso popular sobre a conformidade de interesses entre a CBF e seus dirigentes na gestão do futebol brasileiro, o que pode explicar o resultado da pesquisa, que demonstra que a CBF não deveria organizar o evento sem a participação de outros atores. Reforçam o resultado da pesquisa a CPI Nike/CBF, apresentada no primeiro capítulo, e as recentes denúncias de corrupção do presidente da CBF, no caso da compra de votos para a escolha das sedes de 2018 e 2022, amplamente destacadas pela mídia.

Ainda na análise desta seção, identificamos que todos os custos decorrentes são de exclusividade do COL, e os detalhamentos dos vários itens sugerem que os valores dos custos para atender às exigências podem ser bastante significativos, quando comparados aos valores que a FIFA disponibiliza para o evento. Disso podemos inferir que os valores que ela disponibiliza acabam sendo utilizados em

¹⁴⁷http://www.lancenet.com.br/minuto/Brasileiros-atual-modelo-Comite-Copa_0_373162934.html acessado em 23/06/2011

atendimento às suas próprias exigências, em seus escritórios e acomodações, não havendo investimentos no país-sede.

Somente a título de ilustração, detalharemos um dos eventos da Copa do Mundo FIFA, o Congresso FIFA, composto pelos representantes das associações de membros, das confederações e delegações da FIFA, que acontece na semana anterior ao Jogo de Abertura da Copa do Mundo FIFA. Do Acordo é possível estabelecer uma comparação dos custos do COL e da FIFA.

15.6 Custos: O LOC será responsável e deverá arcar com os custos referentes aos seguintes itens:

- (i) alugar o prédio/equipamentos (incluindo um lobby do Congresso FIFA, salas de reunião, os centros de mídia e escritórios do Congresso FIFA);
- (ii) decorar todos os locais relativos ao Congresso FIFA, segundo lista de requisitos e orientações FIFA;
- (iii) estabelecer infraestrutura técnica para todos os eventos e necessidades do Congresso FIFA;
- (iv) organizar o conceito de entretenimento;
- (v) oferecer um (1) jantar formal (Banquete da FIFA) e entretenimento, para todos os delegados da FIFA;
- (vi) oferecer os coffee breaks e almoços do Congresso;
- (vii) oferecer bebidas dos Afiliados Comerciais nas salas de reunião durante o Congresso FIFA;
- (viii) fornecer o transporte aéreo e terrestre para todos os participantes do Congresso da FIFA entre o(s) aeroporto(s), os hotéis em que a Delegação da FIFA e outros participantes do Congresso FIFA estejam hospedados e o(s) ambiente(s) do Congresso da FIFA;
- (ix) colocar no(s) aeroporto(s), em pontos de chegada de outros meios de transporte, nos hotéis e no(s) ambiente(s) do Workshop da Equipe, recepcionistas e mesas de boas-vindas;
- (x) fornecer serviços simultâneos de tradução/intérpretes para todos os eventos relativos ao Congresso FIFA;
- (xi) fornecer o espaço e a infraestrutura necessária para os Afiliados Comerciais, Transmissores e Representantes da Mídia, de acordo com o Anexo Técnico dos Direitos de Transmissão e de Mídia;
- (xii) organizar acomodação apropriada e suficiente, espaço funcional e outros suportes para a Delegação FIFA e os participantes do Congresso FIFA;
- (xiii) as programações de segurança;
- (xiv) serviços médicos;
- (xv) o acesso a fornecedores e serviços; e
- (xvi) o oferecimento à FIFA de toda informação relevante

15.7. Custos da FIFA: A FIFA arcará apenas com os custos de:

- (i) intérpretes simultâneos durante o Congresso da FIFA; e
- (ii) viagem, a acomodação e o café da manhã para a Delegação da FIFA presente ao Congresso da FIFA e para os delegados oficiais das Associações dos Membros presentes ao Congresso da FIFA.

Pelo exposto, percebe-se que um dos poucos custos da FIFA refere-se ao pagamento a intérpretes simultâneos, o que pode ser explicado pelo interesse da entidade em usar “parceiros” próprios, evitando-se a contratação de outros

fornecedores, que poderiam violar possíveis interesses discutidos no Congresso FIFA.

Assuntos governamentais são tratados na seção 4, onde o documento inicia com a afirmação de que o COL deverá assistir plenamente a FIFA no cumprimento das Garantias Governamentais pelo país anfitrião (Brasil), e no item 7.5 o “COL garantirá que o governo do país anfitrião tenha a oportunidade de ser representado em determinados comitês do COL...” [grifo nosso]. Entendemos, porém, que não caberia ao COL determinar em quais comitês o governo poderá atuar, já que isto restringe a capacidade do governo de atuar e fiscalizar as operações do COL.

As seções 5 e 6, denominadas As competições e Organização de Eventos Subalternos, apresentam o detalhamento da apresentação dos jogos e dos formatos da Copa do Mundo FIFA e da Copa das Confederações FIFA 2013. Destacamos que é facultada ao COL e à CBF a possibilidade de criar eventos subordinados, desde que submetidos à aprovação da FIFA, e que a esta caberá o recebimento de todas as receitas oriundas destes eventos, incluindo ingressos e exploração de mídia, o que enfatiza que nenhuma autoridade governamental poderá criar eventos subordinados. Apresenta ainda a importância do evento Sorteio Preliminar, e de outros eventos, com o detalhamento de toda a organização, cujos custos são do COL, cabendo à FIFA apenas os custos de interpretação simultânea e despesas de transporte da Delegação da FIFA.

As exigências para as cidades anfitriãs são apresentadas na seção 7 e os requisitos para a infraestrutura dos locais estão dispostos na seção 8, que detalha amplamente os estádios, desde aspectos físicos até a organização e operação.

A seção 9 é destinada ao Transporte. Ingressos e Hospedagem são detalhadamente tratados na seção 10, da qual destacamos o item 31.1

31.1 Reserva de Direitos: A FIFA se reserva o direito de conduzir todas as operações de bilhetagem relacionadas com as Competições e os Eventos Suplementares, conduzir as vendas de ingressos de Jogos e Eventos Suplementares, (inclusive as vendas de ingressos para os Locais de Treinamento), e de reter toda a renda derivada destas vendas. A FIFA ainda se reserva o direito de determinar a seu critério, o modo como serão conduzidas as operações de bilhetagem e as vendas de ingressos para cada Competição.

Considera-se então que, além da venda de direitos de transmissão e cotas de patrocínio, que são as maiores receitas da FIFA, o lucro com a venda de ingressos, que é bastante, também é todo destinado a ela. Somente para ilustrar, segundo o

Relatório de Atividades da FIFA de 2010¹⁴⁸, foram comercializados 2.967.349, ou seja, 97,5% do total dos 3 milhões disponibilizados somente para a Copa do Mundo FIFA 2010 na África do Sul. Considerando-se o preço médio de US\$ 139,00¹⁴⁹, admitimos uma receita superior a US\$ 400 milhões.

O detalhamento dos itens ligados à Segurança e Proteção está na seção 11 e os itens abaixo demonstram a total responsabilidade do COL pelos custos de todas as operações.

35.1 Responsabilidade: O LOC concorda em assumir completa responsabilidade pela operação de todos os assuntos de segurança relacionados às Competições, em todos os Locais, nos aeroportos das Cidades Hospedeiras e nas principais estações ferroviárias e, com respeito aos representantes do governo, a Delegação da FIFA, as Equipes e o Pessoal Oficial dos Jogos, durante o tempo que os membros destes grupos estiverem presentes no Brasil para os propósitos diretamente ligados às Competições, seja em preparação para as Competições ou durante os Períodos de Competição. O LOC deverá se responsabilizar pela FIFA na eventualidade da FIFA sofrer alguma perda direta ou indireta, dano como resultado de falha de algum elemento dos arranjos de proteção do LOC.

35.2 Cooperação do Governo: O LOC deverá usar seus melhores esforços para assegurar o pleno suporte e cooperação das principais autoridades do governo brasileiro (incluindo governo local, regional e nacional ou autoridades judiciais) no desenvolvimento e implementação de sua estratégia de proteção.

35.3 Custos: Todos os custos associados com os arranjos de proteção relativos às Competições serão pagos pelo LOC.

Considerando-se a magnitude do evento e as constantes exposições na mídia dos problemas de segurança no país, acreditamos que este item tenha peso significativo para os organizadores do evento. É certo, porém, que teremos o envolvimento do governo nas diferentes esferas, onerando ainda mais os cofres públicos. Isto seria benéfico para toda a população, que almeja ter mais segurança, mas é necessário que estas ações não sejam limitadas aos eventos, como já observamos em episódios anteriores como, por exemplo, na Eco 92, Jogos Pan 2007, entre outros. Também que estas ações não signifiquem uma “higienização” de locais pontuais de interesse do evento. Em entrevista concedida à revista Caros Amigos, de 23 de janeiro de 2011, a Profa. Raquel Ronilk¹⁵⁰ respondeu sobre a questão de segurança. Perguntada sobre, no caso do Rio de Janeiro, se as implementações das Unidades de Polícia Pacificadora (UPP's) e as ações do

¹⁴⁸ Disponível em <http://www.fifa.com/aboutfifa/documentlibrary/index.html> financial report 2010 Zurich 1 de junho de 2010 acessado em 10/01/2011

¹⁴⁹ Disponível em <http://esporte.uol.com.br/ultimas/2007/11/24/ult1777u77660.jhtm> acessado em 28/11/2007

¹⁵⁰ <http://faltacopa2014.wordpress.com/2011/01/23/especial-copa-e-caros-amigos-entrevista-raquel-rolnik/> 23/02/2011

Complexo do Alemão e Vila Cruzeiro seriam ações direcionadas para a realização dos megaeventos esportivos, ela disse:

Em primeiro lugar, é preciso ver que a geografia das UPPs corresponde às áreas de interesse direto da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos, porque as favelas, as comunidades em que as UPPs entram em primeiro lugar são comunidades da zona sul, em torno da rede hoteleira da zona sul, da região da Barra da Tijuca, Jacarepaguá, do entorno do Maracanã e da zona portuária. Todas elas são áreas de projetos diretamente ligados à Copa do Mundo.

Além da segurança em geral, ao COL também é exigido o controle de acesso aos locais e o plano de credenciamento.

A seção 12 é destinada aos meios de comunicação e às relações públicas, de onde destacamos

38.2 Obrigações: O LOC deverá, às suas próprias custas, assegurar que os Representantes da Mídia recebam toda a infraestrutura e acomodações, seja dentro ou foras dos Locais, como descrito adiante, para permitir que os representantes da Mídia possam conduzir suas atividades de mídia relacionadas com as Competições e os Eventos Suplementares.

38.3 Padrões de infraestrutura: Todas as acomodações e infraestrutura disponível para os Representantes da Mídia devem ter os mais altos padrões existentes na indústria e devem refletir a estatura e o prestígio das Competições.

Conforme apresentamos no capítulo anterior, a FIFA considera de extrema importância as relações com a mídia, e isto fica evidente também pela exigência de altos padrões para acomodação, bem como pelo detalhamento das exigências do Centro de Mídia Internacional e de Transmissão. Mais uma vez, todos os custos ficarão a cargo do COL. Destacamos ainda que a FIFA se reserva o direito de determinar a estratégia de publicações e que o COL concorda em não produzir qualquer publicação sem a aprovação expressa da FIFA.

A importância das questões relativas à mídia está exposta na seção 13, nomeada Direitos Comerciais. Como podemos observar no item 46.1

46.1 Reserva de Direitos: Como fundador das Competições e o órgão regulador mundial da Associação de Futebol, a FIFA detém e controla todos os Direitos de Mídia, Direitos de Marketing, Direitos de propriedade intelectual e todos os outros direitos comerciais e de oportunidade em relação com as Competições e os Eventos Suplementares. A FIFA se reserva o direito de explorar todos os Direitos de Mídia, Direitos de Marketing, Direitos de criar Marcas de Competição, direitos de propriedade intelectual ou outros direitos comerciais relativos às Competições e de reter todas as rendas advindas de tais explorações. O LOC concorda em não explorar por si, ou conceder ou tentar conceder a terceiros o direito de explorar tais direitos e evitará qualquer ação que possa resultar em infração destes direitos.

Como vimos, todos os Direitos Comerciais estão sob o controle e exploração da FIFA, limitando a atuação do COL, embora sugerindo que este atue na fiscalização das infrações desses direitos. Destacamos ainda que, entre os direitos de *marketing* apresentados também nesta seção estão as condições de concessões de alimentos, de bebidas e de mercadorias, e a concordância do COL em usar exclusivamente os produtos dos Afiliados Comerciais ou excluir todos os produtos manufaturados, distribuídos ou produzidos pelos concorrentes, bem como produtos sem marca.

A esse respeito, o Prof. Vainer, em entrevista à revista Caros Amigos¹⁵¹, apresentou o exemplo do Pan 2007, sugerindo que o mesmo estará acontecendo na Copa do Mundo FIFA no Brasil.

.....A privatização do espaço público é absoluta, nos jogos Pan-americanos você não podia nem levar um sanduíche para o estádio porque o Comitê Olímpico Brasileiro havia feito um contrato com uma rede de fast food que assegurava a ela a exclusividade de fornecer alimentação dentro do estádio....

A imposição destas limitações, para explorar o fornecimento de alimentação e bebidas, favorece exclusivamente os patrocinadores da FIFA (leia-se Mc Donald's, Coca-Cola e Budweiser) e dificulta atividades da indústria nacional, que poderia se beneficiar da venda de produtos nos eventos durante a Copa do Mundo FIFA.

Além disso, sugere punição para os que não cumprirem tais exigências, como vimos na edição do evento da África do Sul, nas ações contra o *marketing* de emboscada, e na venda de produtos “piratas”, explicadas no capítulo anterior.

A utilização da marca da competição, bem como qualquer termo que seja similar, também está descrita nesta seção, como sendo de uso exclusivo da FIFA. A proteção de nomes, tais como: 2014 FIFA World Cup Brazil, 2014 FIFA World Cup, FIFA World Cup, 2014 World Cup, World Cup 2014, Brazil 2014, 2014 Brazil, Football World Cup, Soccer World Cup, Copa 2014, Copa do Mundo, Mundial 2014, Mundial de Futebol Brasil 2014, Copa do Mundo 2014, HOST CITY names + 2014

¹⁵¹ Disponível em <http://faltacopa2014.wordpress.com/2011/01/23/especial-copa-e-olimpiadas-entrevista-carlos-vainer/> acessado em 23/11/2011

for each of the host cities¹⁵², é apresentada também no FIFA Public Guidelines for use of FIFA's Official Marks¹⁵³. [grifo nosso]

Da lista acima destacamos o uso dos termos Brazil 2014, 2014 Brazil e HOST CITY names + 2014 para cada cidade-sede, pois acreditamos que a limitação ao uso destas expressões inibe a possibilidade de uso por outros serviços e produtos, mesmo que não tenham ligação direta com o evento. Por exemplo: admitindo-se a possibilidade de que outros eventos, além da Copa do Mundo FIFA 2014, possam e devam acontecer no mesmo ano no Brasil, o país e as cidades-sede não poderão usar seus nomes grafados com o ano 2014, para comercialização de seus serviços.

Além disso, a proteção destes nomes sugere que poucos produtos poderão ser desenvolvidos com objetivo comercial sem a licença destes junto à FIFA, diminuindo as possibilidades de exploração comercial por empresas de pequeno e médio porte, que poderiam ter, durante o evento, oportunidade de negócios com seus produtos e serviços.

O acordo sugere ainda a criação do Comitê Nacional de Proteção de Direitos, dirigido pela FIFA e com a presença dos membros principais dos departamentos de propriedade intelectual do governo nacional. Nesse caso, a presença do Estado junto ao COL é admitida porque depende dele, posto que ela jamais poderia controlar todas as operações sem a ajuda e fiscalização do governo.

A Seção 14 apresenta as exigências relativas à tecnologia da informação, sendo a FIFA a única responsável pelo desenvolvimento, planejamento, implementação e operação da solução de tecnologia da informação. O COL deverá fornecer, às suas custas e de acordo com as instruções da FIFA, todos os recursos humanos e logísticos, as instalações nos locais e infraestrutura necessárias. Deverá ainda “usar produtos exclusivamente fornecidos pelos Afiliados Comerciais, de acordo com seus respectivos contratos de obrigação de valor em espécie para com a FIFA”, fato que ressalta, mais uma vez, a impossibilidade de livre comércio.

Assuntos de finanças são tratados na seção 15, que inicia com a apresentação sobre seguros, de onde destacamos:

52.2 Seguro de Responsabilidade: O LOC deverá, às suas próprias custas, segurar e manter durante o prazo deste Contrato um seguro de

¹⁵² Please note that this is not a full list of FIFA's trade marks in relation to the 2014 FIFA World Cup™. For a full list of FIFA's trade marks in any specific country, and the specific goods and services for which they are protected, one should seek advice from a local trade mark attorney or contact the national patent or intellectual property office.

¹⁵³ Disponível em www.fifa.com acessado em 11/03/2011

responsabilidade geral compreensivo, com uma seguradora de posição internacional reconhecida com um limite de CHF 300.000.000 para cada ocorrência de danos corporais, danos de propriedade e/ou perdas financeiras decorrentes da condução do LOC de algum dos seus direitos ou de suas obrigações neste Contrato. Este seguro de responsabilidade geral deverá ser de forma ampla e não deverá conter exclusão de responsabilidade por danos aos participantes.

52.3 Outros Seguros: O LOC deverá, às suas custas, concluir contratos adicionais e seguro compreensivo e também de forma ampla com seguradoras de posição internacional reconhecidas, para cobrir outros riscos associados à organização e operação das Competições, incluindo sem limitar:

- (i) seguro de responsabilidade do Estádio e ocupantes;
- (ii) seguro de responsabilidade por perdas financeiras e consequentes;
- (iii) seguro de proteção legal;
- (iv) seguro de bagagens;
- (v) seguro dos espectadores; e
- (vi) outros seguros que possam ser determinados pela FIFA a seu critério.

Ressaltamos que os custos de todos estes seguros são do COL, que também deve, junto com as autoridades dos estádios, enviar à FIFA uma garantia indenizando e isentando a FIFA de toda e qualquer perda, dano e reclamação decorrente do uso dos estádios, relativos à preparação, recepção e jogos das competições.

Para atender a esta exigência, houve necessidade do governo brasileiro apresentar uma medida provisória de criação da Empresa Brasileira de Seguros que, segundo matéria do jornal O Estado de S.Paulo¹⁵⁴, entre outros interessados, está a Copa do Mundo FIFA.

Governo quer criar empresa estatal de seguros

AE - Agencia Estado

BRASÍLIA - O Ministério da Fazenda já enviou para a Casa Civil o texto da Medida Provisória (MP) que cria a Empresa Brasileira de Seguros (EBS). Apesar das resistências de parte das seguradoras privadas, que veem na iniciativa uma intervenção estatal no setor, o governo tem pressa para criar a nova empresa, que terá papel fundamental na concessão de garantias para obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do "Minha Casa, Minha Vida", da Copa do Mundo, das Olimpíadas e da exploração do pré-sal.

... A criação de seguro estatal para grandes obras é uma demanda das grandes empresas do setor de construção civil.

....A EBS poderá fazer seguro diretamente ou em consórcio com o setor privado. Poderá fazer seguro para empresas que estejam participando da construção de uma obra, complementando garantias com seguradoras privadas. A empresa poderá ainda contratar seguros e resseguros no Brasil e no exterior.[grifo nosso]

A matéria ilustra a pressa em criar a empresa, justificada, entre outras, pela necessidade de atender às exigências da FIFA, bem como pela pressão das

¹⁵⁴ http://economia.estadao.com.br/noticias/not_27117.htm acessado em 20/07/2010

construtoras que, entre outras obras, estão edificando os estádios no Brasil e oferecendo garantias para obtenção dos recursos públicos necessários. Curiosamente, a “Afiliada FIFA” Liberty Seguros foi a empresa oficializada.

No Acordo destacamos ainda que a FIFA poderá, as suas custas, apontar um terceirizado qualificado para operar uma plataforma financeira dentro do COL, que poderá aprovar ou rejeitar todas as transações financeiras realizadas entre o COL e os terceirizados.

Admitindo-se a presença do governo no COL, conforme destacado no início do capítulo, teremos um auditor externo a fiscalizar (aprovar ou reprovar) as transações financeiras que envolvem o erário público do país.

A seção 16, denominada Questões médicas e Controle de *doping*, expõe que o COL deverá, as suas próprias custas, estabelecer um plano de serviço médico, incluindo serviços de emergência e equipamentos, do mais alto padrão internacional, por todo o período das competições, nos estádios, locais de treinamento, hotéis das equipes, IBC, IMC e nos QG's da FIFA.

Ora, a atual situação dos serviços públicos de saúde oferecidos no Brasil tem total desaprovação e insatisfação da população brasileira. Segundo dados da Agência Nacional de Saúde¹⁵⁵, em 2011 o número de clientes de plano de saúde privado no Brasil supera os 45 milhões, um quarto da população brasileira, o que evidencia a necessidade dos brasileiros de contratar serviço particular, na expectativa de obter uma qualidade melhor de atendimento na saúde do que a oferecida pelo serviço público.

Desse modo, então, podemos supor que o atendimento às exigências da saúde com o evento deverá ser efetuado pela iniciativa privada, ou em parceria com esta, e que se houver legado de melhoria da saúde este ficará, unicamente, para a população que pode usufruir do serviço privado, reforçando a lógica do interesse do capital.

A seção 17, chamada de Aspectos Ggerais, trata, mais especificamente, das questões jurídicas que envolvem o acordo. Dela destacamos:

- No caso de término antecipado (ou outro motivo) deste Contrato pela FIFA ou um término automático (por qualquer motivo), o LOC:
- (i) não apresentará qualquer reclamação ou direitos de danos contra a FIFA, e o LOC expressamente desiste de todos estes direitos;
 - (ii) indenizará a FIFA e outras partes concernentes como descrito abaixo;

¹⁵⁵ <http://www.ans.gov.br/index.php/materiais-para-pesquisas/perfil-do-setor/dados-e-indicadores-do-setor> acessado em 23/06/2011

(iii) compensará a FIFA por outros danos que possam incorrer como resultado de terminação (por qualquer motivo) ou expiração deste Contrato. Todos os direitos concedidos ao LOC e a CBF terminarão imediatamente e, quando aplicável, reverterão à FIFA, sem custo.

A ruptura do contrato, por qualquer motivo, não permite que o COL reclame direitos contra a FIFA, devendo ainda indenizar a mesma e outras partes concernentes, conforme explicitado no item abaixo:

58.18. Indenização: O LOC indenizará, aplacará os golpes e defenderá a FIFA, os Transmissores e os Afiliados Comerciais tanto quanto seus oficiais, membros, agentes, pessoas auxiliares, representantes e empregados de e contra todas as responsabilidades, obrigações, danos, perdas, reivindicações, demandas, recuperações, deficiências, custos ou despesas (incluindo-se, sem limitação, todos os custos e despesas para encontrar e contratar uma outra associação organizadora capaz e desejosa de realizar as Competições, e/ou todos os honorários e despesas de advogados) a que tais partes podem sofrer ou incorrer em relação a, resultando de, ou surgindo de:

- (i) alguma ruptura deste acordo pelo LOC (incluindo-se seus oficiais, diretores, representantes, pessoas auxiliares, empregados ou agentes);
- (ii) qualquer ato ou omissão do LOC (incluindo-se seus oficiais, diretores, representantes, pessoas auxiliares, empregados ou agentes) em relação ao desempenho de suas obrigações sob este Acordo;
- (iii) qualquer término antecipado deste Acordo como estabelece a cláusula 58.3. As provisões desta cláusula 58.15 sobreviverão ao término deste Acordo.

Admitindo-se a hipótese de que o Brasil tivesse tido algum interesse em romper o contrato ou não atender às exigências oferecidas nas Garantias Governamentais, isto significaria, além dos altos gastos descritos, a necessidade de encontrar outro país disposto a sediar o evento, demonstrando ser esta cláusula uma forma bastante clara de “obrigar” o país a manter e cumprir o Acordo. Ora, o Brasil foi candidato único, após a retirada da candidatura da Colômbia, e isto demonstra, em tese, que não haveria a quem “entregar” o evento. Por outro lado, a cláusula 7.7, apresentada abaixo, reserva à FIFA a possibilidade de romper o Acordo, caso identifique que o país não cumpra as promessas.

7.7. Concordância do Governo e o Direito de encerramento Antecipado da FIFA: O LOC reconhece e aceita que a FIFA tem, a qualquer momento, o direito de encerramento antecipado, de acordo com a cláusula 58, se o governo do país Anfitrião não cumprir com qualquer das promessas, as garantias, os empreendimentos, as representações ou as garantias contidos em qualquer das Garantias Governamentais. Quanto dito deverá, particularmente, aplicar-se, se qualquer das leis e medidas necessárias não forem aprovadas e/ou qualquer das ordens ou outras decisões necessárias não forem tomadas pelas autoridades competentes a fim de assegurar o cumprimento das Garantias Governamentais até 1º de Junho de 2010.

A Cláusula 58.9 reforça a questão da confidencialidade:

58.9 Confiabilidade: As partes reconhecem que o conteúdo, os detalhes financeiros em particular, e quaisquer outras informações pertinentes a este Acordo são confidenciais e concordam a fazer todo o necessário para preservar sua confidencialidade, exceto quando:

- (i) a revelação seja necessária por lei ou ordem judicial;
- (ii) o conteúdo seja, ou a informação seja, de domínio público (por outro meio que a quebra da Cláusula 58.9);
- (iv) a revelação seja necessária dentro do grupo LOC ou FIFA como parte do relatório ou revisão de procedimento de tal grupo; ou
- (v) a revelação seja feita a conselheiros profissionais ou auditores do LOC ou FIFA, que teriam necessidade legítima de conhecer tal conteúdo ou informação e que concordem com as provisões da Cláusula 58.9

As partes devem ainda concordar sobre o momento, forma e conteúdo de qualquer anúncio público relacionado a este Acordo.

Destacamos, conforme apresentado no início deste capítulo, que esta questão sugere a falta de transparência da FIFA na gestão e organização do evento Copa do Mundo FIFA, e reforça a razão pela qual os Deputados Federais da Comissão de Fiscalização Financeira e Controle - Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos Públicos destinados à Copa de 2014 e às Olimpíadas de 2016 não tenham conseguido obter o documento original, tendo em vista que esta Comissão não tem força de Lei ou poder judicial, conforme preconiza a cláusula.

As cláusulas 58.11 e 58.12 estabelecem a regência das leis e, sobretudo, determinam a exclusividade de um Tribunal de Árbitro para possíveis disputas, o que exclui a possibilidade de utilização de outros meios de solução de conflitos que poderiam ser mais favoráveis para o Brasil.

58.11 Regência Legal: este acordo será regido e interpretado de acordo com as leis da Suíça e pela Convenção de Viena sobre Contratos de Vendas Internacionais de Bens.

58.12 Arbitragem: Todas as disputas com relação a este Acordo, incluindo disputas sobre sua conclusão, obrigações, emendas e término deverão ser prontamente resolvidas entre as partes através de negociação. Se nenhuma solução for alcançada, tal disputa deverá ser resolvida exclusivamente por um tribunal de arbitro, constituído de três (3) árbitros sob os auspícios e de acordo com as Regras Suíças de Arbitragem Internacional da Câmara de Comércio da Suíça. O local da arbitragem será Zurique, Suíça e o idioma do processo será o inglês.

No documento original em inglês, os itens 58.16 e 58.17 não estão presentes. O documento ao qual tivemos acesso também não disponibiliza os apêndices A - Garantias governamentais efetivadas e B - Oferta de proposta oficial, razão pela qual não estão aqui analisados.

Um resumo destas garantias governamentais foi obtido no *site* do Ministério dos Esportes¹⁵⁶. O quadro resumo apresenta as 11 garantias governamentais oferecidas pelo Brasil para atender às exigências do evento.

Tabela 11 – Garantias assinadas pelo país para a Copa do Mundo FIFA 2014

	Garantia	Responsável	Situação atual
1	Permissões para entrada e saída	Relações Exteriores	Contemplado pelo Estatuto do Estrangeiro Lei 6815/80
2	Permissões de trabalho	Trabalho e emprego	Contemplado pelo Estatuto do Estrangeiro Lei 6815/80
3	Segurança e Proteção	Justiça	Contemplado C.F, Estatuto do Torcedor – Lei no 10671/2003 e Código de Defesa do Consumidor – Lei 8078/90
4	Bancos e Cambio	Fazenda	Contemplado pela Resolução CMN 3568/3008, Decreto 42820/57 e Lei 9069/95
5	Hinos e Bandeiras Nacionais	Relações Exteriores	Contemplado Lei 9615/98 e Lei Pelé (com suas alterações)
6	Telecomunicações e Tecnologia da Informação	Comunicações	Contemplado na Lei Geral de Telecomunicações – 9472/97
7	Isenção fiscal de impostos para a FIFA	Fazenda	Em tramitação no congresso
8	Direitos alfandegários e impostos	Fazenda	Em tramitação no congresso
9	Proteção e exploração de direitos comerciais	Justiça, Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Cultura, Ciência e Tecnologia	Pendente na FIFA
10	Indenização	AGU	Pendente na FIFA
11	Procedimentos de imigração, alfândega e check-in	Fazenda, Justiça e Tecnologia	Contemplado pelo Estatuto do Estrangeiro – Lei 6815/80 dependendo de regulamentos

Fonte: Site do Ministério dos Esportes

Lamentamos que até esta data, decorridos quase 8 anos, desde 2003, o Projeto de Lei, denominado Lei Geral da Copa, que deverá apresentar o conjunto de regras das Garantias Governamentais citadas, sequer foi encaminhado ao Congresso, para que pudéssemos incluir nesta análise.

¹⁵⁶ Disponível em

<http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/balancoCopa2014.pdf> acessado em 20/06/2011

Ainda assim, embora não tenhamos tido acesso ao documento assinado pelo governo brasileiro e pelo COL, fato justificado pela cláusula de confidencialidade, entendemos que a análise a partir dos documentos apresentados é suficiente, neste primeiro momento, tendo em vista que o ora apresentado corresponde pontualmente ao que pudemos observar nas edições do evento na Alemanha e na África do Sul. Neste sentido, acreditamos que as exigências impostas nestes acordos deverão ser cumpridas tanto pelo COL como pelo governo brasileiro.

O breve resumo dos acordos de candidatura e acordo para sediar permite reforçar que a FIFA, tida como uma corporação internacional, ator principal da Copa do Mundo, obtém muitas vantagens econômicas com o evento. Embora reconheçamos que ela tenha amparo no seu estatuto, para as questões jurídicas, não há como não identificar que as características destes acordos evidenciam tratar-se de práticas comerciais nas quais ela obtém significativas receitas, desproporcionais aos investimentos da entidade no evento, no país-sede e no futebol, de um modo geral.

Especificamente sobre o esporte, serão apresentadas, ao final do trabalho, possíveis externalidades do evento sobre o território do futebol brasileiro.

Os acordos ainda deixam bastante evidente que o COL e o governo brasileiro serão responsáveis por quase todos os investimentos exigidos pela FIFA, mas, em contrapartida, as receitas serão exclusivas daquela entidade. Entre elas destacamos os direitos de mídia e comerciais e os ingressos. As expectativas da entidade com o evento no Brasil revelam sua importância para o crescimento e enriquecimento da FIFA, conforme aponta a entrevista do Sr. Jerome Valcke, secretário-geral da entidade, concedida ao jornalista Jamil Chade da agência Estado¹⁵⁷, em 19 de março de 2010.

... Mundial de 2014 será o evento que mais irá gerar renda para os cofres da Fifa na história de mais de cem anos da entidade. O campeonato irá colocar nas contas da entidade um volume quase 100% superior ao que a Copa da Alemanha gerou em 2006. A entrada de recursos com o Brasil será de US\$ 600 milhões a mais que na África neste ano.

Com suas contas repletas, o prêmio para as 32 seleções que irão ao Brasil atingirá um valor três vezes maior que o que os times ganharam na Copa de 2002. As 32 seleções receberão um pacote de US\$ 454 milhões em prêmios, o maior da história das Copas do Mundo. Para 2010, o prêmio será de US\$ 420 milhões. Já na Alemanha, em 2006, as 32 seleções receberam um total de US\$ 261,4 milhões. Na Copa de 2002, vencida pelo Brasil no Japão, o prêmio foi de apenas US\$ 154 milhões.

¹⁵⁷ Disponível em <http://www.espbr.com/noticias/fifa-ganhara-copa-no-brasil-dobro-faturou-2006> acessado em 20/03/2010

As contas foram aprovadas nesta sexta-feira, no orçamento da Fifa para o período 2011-2014, em uma reunião em Zurique que contou com a presença do presidente da CBF, Ricardo Teixeira.

Para esse triênio, a Fifa prevê que irá ter uma renda de US\$ 3,8 bilhões. Mais de 95% disso é gerado com o Mundial no Brasil. Para 2010, a previsão é de que a renda chegue a US\$ 3,2 bilhões. Já na Copa de 2006, na Alemanha, a renda havia sido de US\$ 2,1 bilhões. ... os acordos comerciais assinados entre a Fifa e empresas para o Mundial de 2014 já superam o que a entidade havia fechado quatro anos antes da Copa de 2010. Cerca de US\$ 2,2 bilhões serão lucrados com a venda de direitos de transmissão. O restante virá de acordos comerciais.....Bilionária, a Fifa também investirá mais no Brasil que na África do Sul. Segundo o orçamento, a entidade gastará com o evento no País cerca de US\$ 1,38 bilhão, mais de US\$ 300 milhões a mais que na África do Sul....A operação de TV será o segundo maior gasto, com US\$ 228 milhões. Só em escritórios no Brasil a Fifa gastará US\$ 16 milhões até 2014... [grifo nosso]

A matéria apresentada mostra detalhadamente a FIFA como a “grande ganhadora do jogo”, cabendo ao COL e ao governo brasileiro assisti-la para a obtenção dos seus lucros.

Identificamos aqui que o governo brasileiro, pelos documentos apresentados, como, por exemplo, o das Garantias Governamentais, teve amplo conhecimento sobre as cláusulas dos acordos. Assim, não há como admitir que o então presidente Lula não reconhecesse que os acordos fragilizam a soberania¹⁵⁸ brasileira.

O cumprimento das exigências exige uma revisão da legislação brasileira. Desse modo, preocupada em garantir seu poder para operar seus negócios no Brasil, a FIFA exigiu que o governo se comprometesse a promover as adequações necessárias junto às instâncias competentes, e, conforme descrito no acordo, o não cumprimento permite a ruptura do contrato, cabendo ao COL indenizar a FIFA.

No ordenamento jurídico brasileiro, a alteração ou criação destas leis exige aprovação do Congresso Nacional, tanto pela Câmara dos Deputados como pelo Senado, mesmo quando emanadas do poder executivo, em forma de Medida Provisória ou Projeto de Lei.

Admitindo-se que o Brasil foi oficializado como país sede do evento em 30 de outubro de 2007, e considerando que cabe à Câmara dos Deputados e ao Senado o papel de legislar, seria oportuno que o Congresso se antecipasse na elaboração de um estudo preliminar das consequências legislativas que adviriam do atendimento

¹⁵⁸ Aqui novamente usamos os ensinamentos de Dalmo de Abreu Dallari, em sua obra intitulada Elementos da Teoria Geral do Estado, onde a soberania é concebida de duas maneiras distintas: “como sinônimo de *independência*, e assim tem sido invocada pelos Dirigentes dos Estados que desejam afirmar, sobretudo ao seu próprio povo, não serem submissos a qualquer potência estrangeira; ou como expressão de *poder jurídico mais alto*, significando que, dentro dos limites da jurisdição do Estado, este é quem tem o poder de decisão em última instância, sobre a eficácia de qualquer norma jurídica”.

às exigências aceitas pelo Poder Executivo, evitando-se, com isso, que o mesmo exercesse sua função atípica de legislar, por meio da edição de medidas provisórias, cujos requisitos são a relevância e a urgência (art. 62 da Constituição Federal)¹⁵⁹.

Algumas reflexões são possíveis a partir do exposto: 1) O congresso deixou de agir com o zelo exigido, uma vez que não apresentou um estudo das reformas legislativas necessárias, mesmo reconhecendo o trabalho da Comissão de Fiscalização Financeira e Controle - Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos Públicos destinados à Copa de 2014 e às Olimpíadas de 2016, o qual resultou na criação da Rede de Informações para Fiscalização e Controle dos Gastos Públicos na Organização da Copa do Mundo de 2014. 2) Podemos admitir também que o Poder Executivo incidiu em mora contumaz, pois desde 2003 já tinha conhecimento pleno das garantias governamentais apresentadas na captação do evento e dos reflexos das alterações legislativas exigidas. 3) Admitimos também que a burocracia, neste caso, está a serviço do capital, considerando-se que, dada a proximidade do evento, os processos podem ter condições especiais.

Como exemplo, apresentamos a aprovação do projeto de Lei de conversão da medida provisória nº 527/11, que apresenta, no capítulo II, vários artigos. Entre eles destacamos o art. 49, onde as competências referentes à aviação civil ficam transferidas do Ministério da Defesa para a Secretaria de Aviação Civil, e o art. 63, que institui o Fundo Nacional de Aviação Civil (FNAC) para destinação dos recursos do sistema de aviação civil. Chamamos a atenção para este capítulo do Projeto de Lei, pois impacta diretamente na possibilidade de privatização dos aeroportos, que têm sido amplamente criticados como incapazes de atender à demanda atual e futura, com os dois megaeventos captados pelo país.

No entanto, a discussão mais acalorada no Congresso, referente a este mesmo Projeto de Lei, é sobre a flexibilização da Lei das Licitações nº 8.666, para obras da Copa 2014 e da Olimpíada 2016, denominada Regime Diferenciado de Contratações Públicas (RDC). É uma mostra de que o governo está tendo necessidade de ajustar Leis que atendam às exigências da FIFA.

O novo RDC autoriza o governo a manter em segredo os orçamentos de órgãos da União, Estados e municípios para as obras da Copa do Mundo – e aqui

¹⁵⁹ Constituição Federal. Art. 62. Em caso de relevância e urgência, o Presidente da República poderá adotar medidas provisórias, com força de lei, devendo submetê-las de imediato ao Congresso Nacional.

está também o risco de desvio do dinheiro público. Antes dessa alteração, a Lei exigia que a administração pública divulgasse no edital de concorrência sua estimativa de custos da obra ou serviço. O cálculo era feito com base em tabelas oficiais de preços ou em pesquisas de mercado e o valor balizava o julgamento das propostas, mas o governo alegou que a divulgação estimulava a formação de cartéis e a manipulação de preços e propôs o sigilo para enfrentar o problema, sem examinar alternativas.

O RDC contém outros pontos polêmicos, como a possibilidade de se aumentar o valor de um contrato de obras sem limite, em uma mesma licitação, o que em tese dá amplos poderes à FIFA e ao Comitê Olímpico. Pela regra atual, esses aditivos estavam limitados a 25% em caso de obras novas e a 50% em caso de reformas. O Projeto de Lei ainda estabeleceu que os orçamentos prévios só sejam disponibilizados aos órgãos de controle a critério do governo, e suspendeu a garantia de acesso regular às informações por esses órgãos. Na prática, o governo está autorizado a revelar os valores das obras da Copa e das Olimpíadas apenas após sua conclusão, sem compromisso de manter a sociedade informada a respeito dos seus custos. A presidenta Sra. Dilma tem afirmado, em diferentes mídias, que a nova lei de licitações favorece os interesses do governo, mas não divulga o orçamento do governo para determinadas licitações.

Outras questões merecem nossa reflexão. Com relação ao sigilo, parece que este pode ser mais bem justificado pelo próprio acordo com a FIFA na cláusula 58.9 de confidencialidade, onde as “partes reconhecem que concordam a fazer todo o necessário para preservar sua confiabilidade”.

O novo RDC ainda permite que uma única empresa fique responsável por todas as etapas de uma obra, desde o projeto básico e executivo até a entrega da obra. Permite ainda que o edital indique marcas na licitação e, se houver necessidade de padronização, marca e modelo. Permite a pré-qualificação permanente com um regulamento que vai estabelecer as condições em que a administração poderá fazer uma licitação restrita aos pré-qualificados. A empresa contratada poderá receber uma remuneração variável, vinculada ao desempenho. O bônus será definido com base em metas, padrões de qualidade, critérios de sustentabilidade ambiental e prazo de entrega, conforme previsto no edital.

A análise dos acordos aponta claramente que o novo RDC está a serviço da FIFA, pois, como apontamos, a entidade “obriga” a contratação de empresas chamadas “afiliadas comerciais FIFA”, que ficam amparadas por este novo RDC.

Ainda que o governo insista na tese de que este novo regime é melhor que a vigente Lei de Licitações, cabem as perguntas: Se é tão bom como apresentado, por que ele é exclusivo para a Copa do Mundo FIFA 2014 e para os Jogos Olímpicos 2016? Para atender às exigências impostas pela FIFA o governo pode impor limites ao direito da sociedade em saber como e onde estão sendo gastos o dinheiro público? Não estaremos com isso violando princípios garantidos no art. 1º. da Constituição Federal, que consagra como direitos e garantias fundamentais normas que tutelam a soberania, a estrutura social democrática do Estado e a dignidade da pessoa humana? Celso Antônio Bandeira de Mello nos ensina:

Violar um princípio é muito mais grave que transgredir uma norma qualquer. A desatenção ao princípio implica ofensa não apenas a um específico mandamento obrigatório, mas a todo o sistema de comandos. É a mais grave forma de ilegalidade ou inconstitucionalidade... representa insurgência contra todo o sistema, subversão de valores fundamentais.... (MELLO 2000 p. 747, 748)

Não estaremos colocando em risco a soberania do Estado a serviço do capital? Estaremos vivendo um país de exceção, já que as Leis são flexibilizadas para atender aos negócios dos megaeventos?

O outro documento utilizado para análise é o Relatório Copa 2014 - Desafios e Responsabilidades da Câmara dos Deputados¹⁶⁰, onde podemos identificar, logo na apresentação feita pelo deputado presidente da comissão, que “Enquanto, para a FIFA, a Copa do Mundo é um festival que rende fartos lucros e objetiva expandir as fronteiras do negócio da bola, para o Brasil o evento é uma oportunidade de divulgar o país e torná-lo mais atraente”. A fala inicial reforça o que foi apresentado nos capítulos anteriores deste trabalho e caracteriza a FIFA como ator hegemônico, que objetiva com o evento auferir lucros para a entidade.

Na sequência, o relatório apresenta:

Os investimentos destinados a preparar o Brasil para a Copa de 2014, independentemente da parcela a ser assumida pelo setor privado, serão realizados, majoritariamente, pelo Poder Executivo. Que destinará substanciais parcelas do dinheiro dos impostos pagos pelos cidadãos à

¹⁶⁰ Brasil. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. Comissão de Fiscalização Financeira e Controle. Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos Públicos destinados à Copa de 2014 e às Olimpíadas de 2016. Copa 2014 : desafios e responsabilidades. – Brasília : Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2010. 164 p. – (Série ação parlamentar ; 417)

realização de obras de infraestrutura e à construção e revitalização de estádios.

Neste sentido, o parlamentar confronta os discursos apresentados pelo presidente da CBF e do Comitê Organizador Local da Copa do Mundo FIFA 2014, Sr Ricardo Teixeira, divulgado em várias mídias e veículos, de que a Copa seria “bancada” por dinheiro privado. O governo apoiou este discurso contando com a possibilidade de utilizar o modelo de PPP – parceira público-privada, para os investimentos necessários. No entanto, não é isto que está acontecendo.

O relatório encontra-se dividido em Introdução, Constituição da Comissão, Audiências Públicas, a saber: primeira audiência pública - SINAENCO/CNT, segunda audiência pública - ABDIB/BNDES, terceira audiência pública - a indústria do turismo, quarta audiência pública - a rede de fiscalização, quinta audiência pública - o modelo de São Paulo, sexta audiência pública - rodovias e aeroportos, sétima audiência pública: o leão e a copa, oitava audiência pública - o imbróglio da mobilidade, nona audiência pública - a oportunidade do turismo, décima audiência pública - e o comitê?, décima primeira audiência pública - os clubes, audiência pública correlata - o enigma do TAV. Rede de Informações, Missões para Alemanha e África do Sul e Conclusões e Recomendações.

O relatório apresenta uma previsão de despesas entre R\$ 100 bilhões e R\$ 120 bilhões para o Brasil estar em condições de acolher o evento, usados para solucionar problemas os mais diversos, que vão desde a questão da mobilidade urbana até a infraestrutura aeroportuária. Destaque-se que estes valores são muito superiores aos apresentados pelo governo nas Matrizes de Responsabilidade, como será apresentado mais adiante.

O relatório destaca ainda a ausência de outros candidatos na captação do evento, o que deveria ter estimulado os responsáveis pela candidatura do Brasil a deflagrar um processo de planejamento estratégico para as grandes cidades do país que viriam a ser definidas como sedes dos jogos, com a devida antecedência, prevendo ações a serem implementadas nos mais diversos setores, o que evitaria gastos de última hora improvisados, que ensejam exageros, malversação e corrupção. Este destaque vai ao encontro da nossa posição, apresentada anteriormente.

A comissão admite que não houve planejamento para o evento, tal como colocamos no início do capítulo, e o relatório constata esta displicência do governo federal em relação à obrigatoriedade de elaborar o planejamento da Copa.

O relatório também demonstra preocupação com os rumos que a organização da Copa de 2014 está tomando, a partir das insipientes informações prestadas aos integrantes da Comissão de Fiscalização Financeira e Controle, pelas altas autoridades do governo federal que aceitaram o convite para falar sobre a organização da Copa.

O relatório conclui que:

Respeitadas as informações hoje disponíveis, é, portanto, absolutamente coerente admitir-se que, em relação à organização da Copa de 2014, estamos frente à probabilidade de reeditar-se o episódio da organização dos Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro.

Ora, a Copa do Mundo FIFA de Futebol é, hoje, um fato que extrapola, em muito, os limites dos campos de futebol onde o certame é disputado. A Copa do Mundo FIFA de Futebol é, atualmente, uma competição que acontece em torno de jogos de futebol, mas que foi transformada em um poderoso *business*, que tem um objetivo precípua: garantir a expansão do negócio futebol e garantir lucros, os mais fartos possíveis, à proprietária do evento – a FIFA – e aos seus organizadores.

O exposto na conclusão reforça nossos pressupostos iniciais de que, embora o evento ocorra com o objetivo de eleger a melhor seleção mundial de futebol do mundo, a ganhadora do “jogo” será sempre a FIFA.

Destaque se faça à Câmara dos Deputados que, desde 24 de março de 2009, quando instaurou a Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos destinados à Copa de 2014, vem tentando obter documentos e informações necessárias para poder promover um estudo mais detalhado e quiçá propostas de alteração nas leis atuais, dada que sua função é legislar. No entanto, o relator aponta que, após todas as audiências, não houve colaboração dos vários envolvidos, conforme apontou o relatório de 2010, ora analisado.

Os trabalhos realizados, além da produção do relatório apresentado, resultaram na criação da Rede de Fiscalização da Copa de 2014 que, em estreita parceria com a Comissão de Fiscalização do Senado Federal, lançou o Portal de Fiscalização da Copa de 2014, com o objetivo de controlar as despesas com o

evento e oportunizar à sociedade acesso ao conhecimento dos gastos públicos com o evento.

Assim, o Tribunal de Contas da União foi signatário, juntamente com a Câmara dos Deputados, o Senado Federal e os tribunais de contas dos estados e dos municípios que sediarão os jogos, e apresentou um Protocolo de Intenções que constituiu a Rede de Informações para Fiscalização e Controle dos Gastos Públicos na Organização da Copa do Mundo de 2014 (Rede da Copa). O objetivo é fazer o acompanhamento das ações da Copa de 2014 num novo modelo de fiscalização integrada, em que as Cortes de Contas estarão mais próximas das Casas Legislativas.

Cabe registrar que a última visita (07 de junho de 2011) que fizemos ao portal da rede de fiscalização e controle, hospedado no *site* <http://www5.senado.gov.br/fiscaliza2014>, demonstra que as últimas atualizações referem-se ao ano de 2010. Isto nos leva a considerar que a transparência, tão apregoada pelo governo, não vem merecendo a devida atenção. Com a aprovação da nova legislação de RDC, acreditamos que a atuação desta Rede fique ainda mais comprometida.

Dos documentos analisados, concluímos: 1) A Copa do Mundo FIFA 2014, até o presente momento, não tem um planejamento estratégico para o evento, 2) A fiscalização e transparência apregoada pelo governo não poderá ser exercida amplamente, pelas próprias cláusulas contratuais de confidencialidade, 3) O evento deverá custar aos brasileiros muito mais do que foi apresentado inicialmente, repetindo-se o ocorrido no PAN 2007.

3.1 Estrutura organizacional e governança da Copa do Mundo FIFA 2014

Nossos estudos indicaram que a primeira equipe de trabalho formada foi proposta pelo Ministro do Esporte, com o objetivo de tomar parte do projeto de Candidatura, composto por membros do Ministério do Esporte (coordenação), Casa Civil da Presidência da República, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Ministério da Fazenda, Ministério das Relações Exteriores, Ministério da Justiça,

Ministério das Cidades e Ministério do Turismo, reconhecida pelo decreto s/nº 161 No entanto, não foi possível localizar os trabalhos desta equipe.

Sobre as atividades do grupo, reportagem do Jornal Folha de S.Paulo, de 4/11/2006¹⁶², apresenta:

Entre outros objetivos, o grupo tomará parte do projeto de candidatura, para não ser surpreendido futuramente", disse Orlando Silva Jr., ministro do Esporte, à reportagem, em alusão ao orçamento do Pan, no qual a participação federal cresceu de modo exponencial.

A sugestão para a criação do grupo, antes mesmo de o projeto para a Copa-14 ser apresentado à Fifa, partiu de Silva Jr., que, a interlocutores, confidenciou ter aprendido a lição com o Pan. O grupo mapeará onde as verbas serão aplicadas e onde o governo federal participa.

O Pan-07 contou com carta de garantia do governo FHC, mas que não detalhava informações sobre gastos federais, pois o projeto de candidatura não teve sua participação ativa.

Vimos nesta reportagem que o governo já reconhecia a necessidade da formação de um grupo de trabalho com o objetivo de evitar o que ocorreu no PAN,

Decreto 06 01 de novembro de 2006

Institui Grupo de Trabalho Interministerial para elaboração de projeto de políticas públicas de competência do Governo Federal, visando à candidatura do Brasil como sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso VI, alínea "a", da Constituição, DECRETA:

Art. 1º Fica instituído Grupo de Trabalho Interministerial com o objetivo de elaborar plano estratégico e definir ações, de competência do Governo Federal, visando ao cumprimento das exigências estabelecidas pela Federação Internacional de Futebol - FIFA, para que o Brasil possa candidatar-se como sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014.

Art. 2º O Grupo de Trabalho será composto por um representante de cada órgão a seguir indicado:

- I - Ministério do Esporte, que o coordenará;
- II - Casa Civil da Presidência da República;
- III - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;
- IV - Ministério da Fazenda;
- V - Ministério das Relações Exteriores;
- VI - Ministério da Justiça;
- VII - Ministério das Cidades; e
- VIII - Ministério do Turismo.

§ 1º Os integrantes do Grupo de Trabalho e respectivos suplentes serão indicados pelos titulares dos órgãos representados e designados pelo Ministro de Estado do Esporte.

§ 2º O Grupo de Trabalho poderá convidar representantes de outros órgãos e entidades, públicos ou privados, para participar das reuniões.

§ 3º A Confederação Brasileira de Futebol, na condição de entidade desportiva nacional da modalidade, será convidada permanente para as reuniões do Grupo de Trabalho.

Art. 3º Compete ao Grupo de Trabalho: Citado por 1

I - elaborar plano estratégico e definir ações governamentais, com base nas exigências contidas no caderno de encargos estabelecidos pela FIFA; e

II - promover as articulações necessárias para a eficaz implementação das ações, inclusive no âmbito dos Estados, Municípios e Distrito Federal. Citado por 1

Art. 4º A participação no Grupo de Trabalho não ensejará remuneração e será considerada serviço público relevante. Citado por 74

Art. 5º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 1º de novembro de 2006; 185º da Independência e 118º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Orlando Silva de Jesus Júnior

¹⁶² Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u109500.shtml> acessado em 05/11/2007

onde observamos um aumento exponencial dos gastos em relação ao orçamento inicial. Destaca-se o fato de que, segundo a reportagem, as garantias oferecidas não detalhavam os gastos federais, por não contar com a participação ativa do Estado. Ressaltamos que o mesmo aconteceu em relação às garantias governamentais oferecidas pelo Brasil para a Copa do Mundo FIFA, mesmo contando com o Estado como parte da candidatura, reforçando o anteriormente apresentado.

Como resultado deste trabalho, identificamos que somente em 13 de maio de 2008 foi firmado um Termo de Cooperação Técnica entre o Ministério do Esporte, a CBF e a Associação Brasileira de Infraestrutura e Indústrias de Base (ABDIB), tendo como objetivo a elaboração de estudos e projetos visando subsidiar a União, Estados e Municípios no que concerne à infraestrutura necessária para a realização do referido evento, como parte das iniciativas para preparação e organização da Copa do Mundo FIFA 2014.

Entre maio de 2008 e março de 2009, um conjunto de mais de 50 (cinquenta) profissionais, envolvendo consultores, técnicos e especialistas nas diversas áreas de infraestrutura, procederam a visitas de caráter institucional e técnico junto às 18 (dezoito) cidades candidatas a sediar os jogos da Copa 2014, com o objetivo de colher informações e dados para avaliação de centenas de projetos de investimentos. O estudo desenvolvido pela ABDIB concentrou-se em nove dimensões específicas de infraestrutura, elencadas a seguir: Mobilidade urbana; Aeroportos; Portos; Rede Hoteleira; Rede Hospitalar; Energia; Saneamento; Segurança e Telecomunicações.

O estudo apontou oportunidades e pontos de atenção para as 18 cidades que se candidataram a ser sede do evento. Entretanto, conforme demonstramos no capítulo anterior, a escolha da FIFA das cidades-sede indica que os critérios políticos e econômicos foram mais utilizados do que este estudo inicial realizado. Afirmamos isto posto que, da análise do documento inferimos que o conjunto de fraquezas de algumas cidades sugeria que, tecnicamente, estas não poderiam se candidatar, e no entanto foram eleitas como cidades-sede. Isto nos leva a crer que aquelas que necessitam de maiores investimentos são as que foram privilegiadas, sugerindo um acordo de interesses entre FIFA, COL e construtoras. Ainda que a FIFA sugerisse um mínimo de 8 cidades, 12 cidades-sede foram escolhidas, o que reforça ainda mais os acordos de interesses citados.

Somente em 14 de janeiro de 2010, para o planejamento e execução, em nível federal, das ações inerentes ao evento, foi criado o Grupo Executivo da Copa (GECOPA), formado por cinco membros permanentes, podendo outros órgãos participar das discussões de temas específicos mediante convite: Casa Civil da Presidência da República (CC); Ministério do Esporte (ME); Ministério da Fazenda (MF); Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão (MP) e Ministério do Turismo (MTur).

Também foi criado o Comitê Gestor da Copa — o CGCOPA 2014, pela lei s/n de 14 de janeiro de 2010, que no seu art. 1º instituiu o Comitê Gestor para definir, aprovar e supervisionar as ações previstas no Plano Estratégico das Ações do Governo Brasileiro para a realização da Copa do Mundo FIFA 2014 - CGCOPA 2014, que se constitui do conjunto de ações governamentais voltado ao planejamento e execução das ações necessárias ao bom desenvolvimento do referido evento no Brasil. O Comitê será integrado por titulares dos seguintes órgãos: Ministério do Esporte, que o coordenará; Advocacia-Geral da União; Casa Civil da Presidência da República; Controladoria-Geral da União; Ministério das Cidades; Ministério da Ciência e Tecnologia; Ministério das Comunicações; Ministério da Cultura; Ministério da Defesa; Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Ministério da Fazenda; Ministério da Justiça; Ministério do Meio Ambiente; Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; Ministério das Relações Exteriores; Ministério da Saúde; Ministério do Trabalho e Emprego; Ministério dos Transportes; Ministério do Turismo, e Secretaria Especial de Portos da Presidência da República.

Admitimos que a criação de um Comitê Gestor deveria promover uma integração de vários interesses que, em tese, facilitariam as articulações necessárias para o planejamento e gestão do evento. No entanto, nossas pesquisas não encontraram respostas sobre a regularidade e periodicidade destas reuniões, pautas discutidas, nem sequer os nomes dos integrantes. Sobretudo, não foi possível encontrar o Plano Estratégico das Ações do Governo Brasileiro para a Copa do Mundo FIFA 2014. Se admitirmos que ele exista, e considerando a importância do evento para o Brasil e para os brasileiros, seria importante e democrático que este documento fosse público, embora reconheçamos as cláusulas de confidencialidades exigidas nos acordos assinados. Se, por outro lado, admitirmos que ele ainda não exista, como explicar os bilhões de reais que serão

investidos com dinheiro público, em todas as ações necessárias para atender ao evento, sem que haja um planejamento?

Entendemos o planejamento, segundo os ensinamentos de Roche, como sendo:

O planejamento é uma tomada de decisões sobre o que se quer fazer. O planejamento exige, pois, optar, eleger uma ação ou conjunto de ações, uma atitude, projetos e caminhos. E como toda eleição, o planejamento sempre será um processo incerto, com um grande componente humano, devido aos muitos critérios e modelos que podem ser aplicados na hora de decidir o futuro. (ROCHE, 2002 p. 18)

O conceito nos ajuda a refletir sobre quais são as escolhas que têm sido feitas pelo governo para decidir sobre o planejamento e organização do pré, durante e pós evento. Inicialmente, destacamos que esta escolha parece sugerir uma pluralidade muito grande de atores envolvidos, dada pela composição do Comitê Gestor da Copa.

Admitimos a importância e a necessidade de uma boa governança que, segundo SANTOS (1997), se refere ao modo como os governos articulam e coordenam suas ações, em cooperação com os diversos atores sociais e políticos, e sua forma de organização institucional. Na gestão do projeto da Copa do Mundo FIFA, a criação de um Comitê Executivo, com muitos atores envolvidos, parece indicar falta de centralização das ações. Não podemos esquecer os ensinamentos de Morgan:

Podemos empezar a perceber una valiosa lección sobre el ejercicio del poder, una lección que nos recuerda que no debemos confundir el poder formal de decidir, con el poder formal de transformar. El primer puede localizarse aún en las escalas mas altas del gobierno, pero el segundo solo puede alcanzarse con la colaboración activa de las escalas mas bajas. (MORGAN, 2005, p.193)

No nosso entender, está havendo um conflito entre o poder de decidir (Estado) e o poder de transformar (estados e cidades-sede). No caso do evento, destacamos as seguintes formas e medidas adotadas e previstas:

- Criação do Comitê Gestor e Grupo Executivo da Copa (Jan/2010);
- Assinatura da Matriz de Responsabilidades para estádios e mobilidade urbana (Jan/2010);
- Assinatura da Matriz de Responsabilidades para portos e aeroportos (Jul/2010);
- Publicação da Legislação Tributária da Copa (Dez/2010);

- Implantação das Câmaras Temáticas
- Monitoramento mensal das ações da Copa via Sistema de Monitoramento da Copa (SMC) – 1ª fase iniciada em Mai/2010;
- Monitoramento presencial com cidades-sede trimestralmente, com o primeiro em Ago/2010;
- Implantação de Escritório de Risco para análise geral do empreendimento Copa (Mar/2011);
- Criação de Escritórios locais de monitoramento do Governo Federal alocados em cada cidade-sede (Abr-Jun/2011).

Dentro do modelo de governança criado para acompanhar os preparativos da Copa 2014 no Brasil, iniciamos pelo Comitê Gestor da Copa 2014, que em 04 de março de 2010 realizou a primeira reunião do Comitê, definindo as seguintes câmaras temáticas: Infraestrutura, Estádios, Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Sustentabilidade, Desenvolvimento Turístico, Promoção Comercial e Tecnológica, Cultura e Educação, e Transparência, com o objetivo de propor políticas públicas e soluções técnicas necessárias, eficientes e transparentes, que garantam a formação de um legado alinhado aos interesses estratégicos do país, a partir do êxito na realização da Copa do Mundo FIFA 2014¹⁶³.

Fig. 14 Comitê Gestor da COPA 2014



Fonte: Ministério da Justiça

¹⁶³ Site do ministério do esporte www.esporte.gov.br

Segundo o *site* do Ministério do Esporte, cinco já foram instaladas e estarão sendo apresentadas na sequência. Admitimos a hipótese de que as outras 4 também já tenham sido criadas, no entanto, não foi possível localizar seus trabalhos.

Identificamos, inicialmente, o atraso na criação destas Câmaras Temáticas, tendo em vista, conforme detalhado no capítulo anterior, que o Brasil iniciou o trabalho de captação do evento em 3 de junho de 2003, sendo sua candidatura oficializada em 30 de outubro de 2007, e que somente a partir de março de 2010 as câmaras começaram a ser criadas.

Assim, desde 2003, quando o Brasil recebeu o Acordo para Sediar, já tinha conhecimento das exigências e necessidades do evento. Neste sentido, ainda que estivesse na condição de postulante da candidatura, embora fosse candidato único, o que conferia ao país maiores chances de ser aceito, deveria ter iniciado o planejamento do evento.

Admitimos algumas possíveis explicações para a demora do governo em empreender ações para planejar e organizar o evento. Entre elas: a) “pressão” do agente hegemônico FIFA, para quem, quanto menor a fiscalização, mais fácil sua atuação; b) descentralização de poder para facilitar os trâmites processuais e dificultar ou desencorajar ações de órgãos do governo na fiscalização e controle do evento, c) a proximidade do evento e a necessidade de atendimento às exigências da FIFA justificariam ações menos democráticas, como corrupção, obras superfaturadas, fraudes, entre outras, ou d) incapacidade pela inexperiência, mesmo levando-se em consideração a experiência do PAN 2007.

A **Câmara Temática de Segurança** foi formalizada por meio do Seminário Técnico de Segurança, no dia 10 de maio de 2010. A Câmara está sob responsabilidade do Ministério da Justiça e conta com a participação de órgãos federais, representantes das cidades-sede e do COL. Iniciou suas atividades discutindo o modelo de operação da segurança em grandes eventos e o alinhamento entre os diversos órgãos de segurança, criando sinergias entre as diferentes polícias e forças de segurança. Também foi criado o Caderno de Atribuições o qual identifica, de forma detalhada, as atividades a serem desenvolvidas pelos entes de segurança.

O Grupo de Trabalho apresentou relatório¹⁶⁴ em dezembro de 2010, de onde destacamos:

A Comissão Especial de Segurança Pública – CESP- foi instituída por meio da Portaria MJ nº 959, de 07 de junho de 2010, com a atribuição de coordenar, planejar, implementar e fiscalizar as ações de segurança e ordem pública para a Copa das Confederações FIFA 2013, Copa do Mundo FIFA 2014, Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016, mediante a realização de estudos estratégicos e diagnósticos preliminares.

Para assessorar nos trabalhos, a Secretaria Executiva do Ministério da Justiça (SE/MJ) mobilizou profissionais, com especialização em planejamento e gestão estratégica, da Polícia Federal, Polícia Rodoviária Federal, Secretaria Nacional de Segurança Pública, Polícias Militares e Polícias Cíveis dos Estados Federativos. Foi constatado, pelo grupo de especialistas, que o Brasil sediará inúmeros outros grandes eventos internacionais e foi identificada a oportunidade de ampliar o escopo do plano estratégico para o horizonte até 2022 – Bicentenário da Independência, com uma estratégia central de integração nacional das Instituições de Segurança Pública.

O documento apresenta um Caderno de Atribuições, no Anexo A, contendo considerações iniciais, objetivos, missão geral e da Secretária Nacional de Segurança Pública, política, atribuições gerais e específicas e considerações gerais. Em linhas gerais, o documento define as ações específicas de cada ente envolvido no processo de segurança pública da Copa do Mundo.

O documento conta também com uma apresentação do Grupo Tecnologia, Operações e Inteligência para a Copa 2014 e do projeto que compreende um conjunto de centros de gestão integrada de operações e respostas a incidentes de segurança pública, dotado de equipes de alto desempenho, modelo lógico, ferramentas de inteligência e sistemas tecnológicos de última geração, capazes de prover uma imagem fiel e em tempo real do panorama global, eventos associados e recursos envolvidos.

A **Câmara Temática Nacional de Desenvolvimento Turístico (CTNDT)**, segundo o *site* do Ministério do Turismo¹⁶⁵, foi instalada em 29 de maio de 2010, com o objetivo de propor políticas públicas e soluções técnicas que se façam

¹⁶⁴ Disponível em <http://portal.mj.gov.br/susp/main.asp?Team={F14A65FE-6D58-49B5-BFB4-7E2CAFEA9DC6}> acessado em 20/01/2011

¹⁶⁵ www.turismo.gov.br acessado em 20.04/2011

necessárias e sejam eficientes no setor do turismo, por ocasião da realização do Mundial de 2014.

Sua missão é subsidiar a ação de coordenação do Ministério do Turismo na priorização e realização dos investimentos públicos e privados no turismo nacional para o megaevento. Tem como premissa refletir os interesses nacionais e atender às demandas que se constituam fatores críticos de sucesso para a Copa do Mundo de 2014, garantindo ao país um legado pós-copa, que promova melhorias na competitividade do turismo brasileiro. Teve como resultado a criação do Plano Estratégico do Turismo Brasileiro para a Copa do Mundo FIFA 2014 (Plano Setorial do Turismo)

A proposta metodológica de trabalho, separada por temas, inclui:

TEMAS ESTRUTURANTES

- Estruturação da oferta turística

Equipamentos/Serviços Turísticos (Meios de Hospedagem, Alimentação, Receptivo etc); Atrativos Turísticos (Naturais, Culturais, Eventos etc.); Infraestrutura turística; Sinalização Turística; Informação /Atendimento ao Turista

- Qualificação profissional

Qualificação para Gestão (Empregadores e gerências) e Qualificação Operacional (Prestadores de Serviços ao Turista)

- Promoção e apoio à comercialização

Promoção Internacional (Estratégia de Posicionamento da Imagem do Brasil) e Promoção Nacional (Divulgação e Sensibilização)

- Combate à exploração sexual

Campanha de Sensibilização e Fiscalização

- Estrutura temporária da copa

Incentivos ao Turismo (Tarifação Especial para Serviços de Utilidade Pública); Serviços Temporários (Aéreos, Rodoviários, Ferroviários, Metroviários, Marítimos e Fluviais) e Agilização de Processos (Check-in, Alfândega, Conexões etc.)

TEMAS TRANSVERSAIS AO TURISMO

- Segurança

Segurança nas Áreas Turísticas; Orientação e Atendimento ao Turista; Agilidade nos Procedimentos alfandegários e Gestão de Crise

- Saúde
Atendimento ao Turista, Vigilância Sanitária e Segurança dos Alimentos
- Infraestrutura
Básica: Saneamento Básico, Energia, Fornecimento de Água etc. e de Serviços Complementares: Câmbio e Serviços Consulares
- Estádios
Estruturação e Qualificação e Utilização das Arenas como Vitrines do Turismo Brasileiro
- Promoção comercial e tecnológica
Serviços Temporários relativos a acesso aéreos, marítimos e terrestres, e Acordos Internacionais de Comércio e Serviços
- Meio ambiente e sustentabilidade
Turismo nas Unidades de Conservação Ambiental – parques da Copa; Sustentabilidade Ambiental dos Equipamentos Turísticos e Agenda da Cultura Brasileira na Copa
- Cultura e educação
Agenda Ambiental da Copa/Copa Verde; Criação de Programa de Incentivo ao Voluntariado e Sensibilização da População para o Respeito à Diversidade Cultural
- Transparência
Tornar públicos os Gastos Públicos Relacionados ao Turismo para a Copa e Comunicação Social e Relações Públicas

O trabalho da CTNDT apresenta-se dividido em dois módulos: Elaboração do plano setorial e Monitoramento e avaliação. Apresentamos algumas ações em curso do MTur:

1) Estudo Estratégico do Turismo para a Copa do Mundo FIFA – 2014

Recursos: R\$ 4.680.000,00

Parceiro: Fundação Getúlio Vargas

Principais resultados: Estudo do perfil do turista estrangeiro na copa da África do Sul – 2010; Estudo sobre a experiência dos observadores da Copa do Mundo em megaeventos; Estudo da oferta e mapeamento estratégico do turismo.

- 2) Qualificação: Estratégia de Qualificação Profissional semipresencial para atendimento aos turistas em razão da Copa do Mundo* (hospedagem, alimentação, segmentação, transportes, receptivo etc)

*a meta do programa é qualificar 306 mil profissionais

Tabela 12 – Investimentos do Ministério do Turismo na qualificação profissional

Parceiro	Objetivo	Recursos R\$
ABRASEL	QUALIFICAR 15.360 PROFISSIONAIS DE BARES E RESTAURANTES	15.654.000,00
ABETA	QUALIFICAR 8.000 PROFISSIONAIS EM ECOTURISMO E TUR. DE AVENTURA	4.990.600,00
ABETAR	QUALIFICAR 1.500 PROFISSIONAIS DO SEG. DE TRANSPORTE AÉREO REGIONAL	1.224.712,00
FRM	QUALIFICAR 80.000 PROFISSIONAIS EM INGLÊS OU ESPANHOL (OLÁ, TURISTA!)	17.355.430,00
FGV	FORMULAÇÃO, ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS E INSTRUMENTOS PEDAGÓGICOS E OPERACIONAIS PARA MONITORAMENTO DO PROGRAMA	2.983.301,52
ICBC	DESENVOLVIMENTO E IMPLANTAÇÃO DE SISTEMA OPERACIONAL DO PROGRAMA	2.089.100,00
TOTAL	117.740 PROFISSIONAIS QUALIFICADOS	44.297.143,52

Fonte: Ministério do Turismo

- 3) Infraestrutura: Terminais de passageiros, acessos, sinalização turística, requalificação urbana, recuperação em centros históricos, saneamento, estudos, pesquisas, projetos, desenvolvimento institucional etc. (diversos parceiros)
- 4) Sustentabilidade: Projeto de prevenção à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo
Parceiro: Centro de Excelência em turismo – CET/UnB
- 5) Promoção nacional principal canal de comunicação:
www.copa2014.turismo.gov.br
Recurso investido: R\$ 2.582.031,80
Objetivo: Consolidar informações sobre as ações do MTur e da CTNDT no planejamento do turismo para a Copa (até hoje 390 mil visitas)
Canais de apoio: twitter.com/mturnacopa [@copa2014](https://twitter.com/copa2014) [@turismo.gov.br](https://twitter.com/turismo.gov.br)
- 6) Promoção Internacional - Casa Brasil
investimentos da Embratur em promoção e apoio à comercialização
Investido R\$ 7.171.704,81
- 7) Linhas de financiamento - crédito ao setor hoteleiro – (BNDES/ outubro 2010)
Total: Investimento R\$ 974.697,00 Valor Financiado R\$ 609.267,00

A **Câmara Temática de Promoção Comercial e Tecnológica** foi instalada dia 14/10/2010. Coordenada pelo Ministério do Esporte, conta com a participação de representantes do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Agência de Promoção de Exportações (Apex), instituições dedicadas à promoção de produtos e serviços e as 12 cidades-sede. A pauta da Câmara Temática inclui:

1) Desenvolvimento do comércio

Definição dos produtos prioritários de exportação a serem promovidos;
Definição de produtos regionais para serem apresentados nacionalmente;
Utilização de modelo de integração com ações privadas.

2) Atração de investimentos

Definição dos temas (setores) prioritários para foco das ações de captação de recursos;
Utilização de mecanismos de integração com ações privadas.

3) Exposição do desenvolvimento tecnológico nacional

Definição das tecnologias nacionais a serem priorizadas nas ações promocionais e de comunicação;
Proposição de eventos temáticos ligados à promoção da tecnologia nacional;
Estímulo à adoção de soluções tecnológicas em projetos ligados à Copa.

4) Plano promocional

Imagem-alvo: definição da mensagem nacional central, desdobramento em mensagens regionais (coerentes com nacional) e desdobramento das mensagens por público-alvo;
Programação das ações promocionais: ações previstas e canais de comunicação (eventos, comunicação de massa, produtos comemorativos), coerentes com priorização feita, integração com programas já existentes e tempo (pré, durante e pós-Copa).

A **Câmara Temática Nacional de Meio Ambiente e Sustentabilidade**, criada em 11 de maio de 2010, segundo o *site* do Ministério do Esporte¹⁶⁶, apresenta as seguintes diretrizes:

- Neutralização de gases de efeito estufa e combate ao aquecimento global;
- Sustentabilidade ambiental com inclusão social;

¹⁶⁶ Disponível em <http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/camaraTematica/default.jsp> acessado em 20 de junho de 2011

- Negócios verdes;
- Eficiência energética;
- Proteção e promoção da biodiversidade brasileira;
- Sustentabilidade nos estádios;
- Reciclagem e minimização de geração de resíduos;
- Uso racional da água;
- Mobilidade e circulação sustentáveis;
- Incentivo de produtos orgânicos e sustentáveis;
- Promoção do ecoturismo nos biomas brasileiros

A **Câmara Temática dos Estádios** foi instalada em 2 de junho de 2010, segundo o *site* do Ministério do Esporte¹⁶⁷, com o objetivo de discutir os planos de operação e gestão das arenas e entorno, para a Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014.

Após a instalação, representantes dos clubes de futebol, dos ministérios do Esporte, Justiça, Cidades e do Meio Ambiente, além de especialistas e técnicos de órgãos do governo reuniram-se para discutir os seguintes assuntos:

- 1) Elaboração de um plano de operação dos estádios e entornos para o período da Copa, que integre os requisitos exigidos pela FIFA e identifique as soluções necessárias para operação eficiente pelas cidades-sede;
- 2) Adoção das referências internacionais de gestão de estádios, facilitando a identificação de iniciativas para melhor administração dos estádios no período pós-Copa (via eventos, adequação de obras, patrocínios, uso de áreas de suporte) e promoção de ações para formação de gestores;
- 3) Promoção de um programa com práticas de segurança, em integração com as medidas deliberadas pela Câmara Temática de Segurança, no qual se defina o plano de atuação conjunto das forças públicas e privadas no perímetro de isolamento dos estádios, no seu interior e nas demais áreas envolvidas na Copa. Além disso, definir o modelo de operação em casos de emergência, abrangendo ações de primeira resposta e encaminhamento às entidades responsáveis;
- 4) Buscar ações de preservação do meio ambiente e sustentabilidade, promovendo iniciativas sustentáveis na construção e reforma dos estádios, bem como na

¹⁶⁷ Disponível em <http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/camaraTematica/default.jsp> acessado em 20 de junho de 2011

cooperação (coleta seletiva de lixo e reciclagem de material de demolição, reutilização de água pluvial e tratamento de esgotos, gerenciamento de energia com uso de iluminação e ventilação naturais, uso de biocombustíveis).

Dos documentos localizados das Câmaras Temáticas apresentadas, podemos inferir que as Câmaras de Segurança e do Turismo são as que se mostram com trabalhos mais adiantados, ou as que disponibilizaram seus estudos preliminares.

Também os textos sugerem que somente a partir da criação e dos trabalhos destas Câmaras é que será definido o Planejamento Estratégico para a Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, reforçando nossa premissa de que este planejamento ainda não está concebido na íntegra.

Com relação à transparência tão propagada pelo governo, com ênfase na pessoa do Sr. Orlando Silva Junior, Ministro do Esporte, observamos que a indisponibilidade de documentos, a falta de atualização do portal, o não cumprimento de orientações estabelecidas pelos órgãos de fiscalização, conforme demonstra a conclusão do trabalho realizado pelo Tribunal de Contas da União – TCU¹⁶⁸, nos faz admitir que não haja interesse efetivo do governo em tornar públicas suas ações e gastos, atendendo às cláusulas de confidencialidade propostas nos acordos citados. A conclusão do relatório consolidado de produção de conhecimentos – Copa 2014, posição até janeiro de 2011 do TCU, reforça o exposto.

Diante de todo exposto, verificamos que as matrizes de responsabilidades não estão sendo rigorosamente observadas pelos diversos entes federativos envolvidos no evento, dado que existe divergência nos valores previstos e descumprimento de diversos prazos determinados. Fato que indica possível fragilidade no processo de acompanhamento por parte do Ministério do Esporte, característica que dificulta muito as ações de controle.

É importante destacar ainda que o Ministério do Esporte já elaborou, em julho de 2010, matrizes de responsabilidades para as obras nos portos e aeroportos, mas não encaminhou, até o presente momento, oficialmente para o Tribunal de Contas da União, dificultando a transparência das ações sob a sua responsabilidade.

Outra dificuldade identificada pelas secretarias regionais foi a formalização de diversas transferências voluntárias do governo federal com justificativa na Copa do Mundo e sem constar das matrizes de responsabilidades, situação que tem impacto negativo no planejamento de auditoria do TCU.

Os diversos problemas detectados nos projetos básicos resultaram em ações de alguns tribunais de contas estaduais e do Ministério Público

¹⁶⁸ Disponível em <http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/copa2014/documentos> acessado em 20/06/2011

Federal, resultando em atraso nos financiamentos dos projetos e, conseqüentemente, no início das obras.

Nesse contexto de evidências, os riscos de aditivos contratuais, sobrepreço, aportes desnecessários de recursos federais e contratos emergenciais são muito grandes, a exemplo das obras do Pan-2007. Dessa forma, o monitoramento realizado pelas regionais é fundamental para a atuação tempestiva desta Egrégia Corte de Contas. [grifo nosso]

Destacamos ainda que, considerando a magnitude do evento, a ampla participação do Estado, a relevância dos investimentos e as expectativas do governo, a Copa do Mundo FIFA deveria ser considerada como um programa prioritário da Presidência da República. Assim sendo, a centralização das ações governamentais poderia estar na Casa Civil, que tem, entre suas competências, “III - avaliação e monitoramento da ação governamental e dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, em especial das metas e programas prioritários definidos pelo Presidente da República”¹⁶⁹; e não no Ministério do Esporte, mesmo considerando-se que o evento trata de uma competição esportiva, mas que, como amplamente discutido, seus interesses extrapolam um campeonato de futebol.

O Tribunal de Contas da União¹⁷⁰ apresenta uma consolidação dos gastos previstos do governo federal, dos governos estaduais, dos governos municipais e da iniciativa privada. Para possibilitar uma visão geral das fontes de financiamentos utilizadas (Caixa Econômica Federal – CEF e Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social-BNDES) na execução dos projetos da Copa do Mundo 2014, os gastos previstos nas diversas matrizes de responsabilidades estão dispostos em duas tabelas, organizados por cidade e por área de investimento, conforme segue:

¹⁶⁹ Disponível em http://www.casacivil.gov.br/sobre/COMP/intro_2 acessado em 20/06/2011

¹⁷⁰ Disponível em <http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/copa2014/documentos> acessado em 20/06/2011

Tabela 13 - Investimentos por cidade-sede em milhões de reais

CIDADE	CEF	BNDES	PORTOS	INFRAERO	GOV. ESTAD.	GOV. MUNIC.	PRIVADO	VALOR TOTAL
BELO HORIZONTE-MG	1.023,30	300,00		408,60	126,10	498,70		2.356,70
BRASÍLIA-DF	361,00	400,00		748,40	348,30			1.857,70
CUIABÁ-MT	454,70	330,00		87,50	150,70			1.022,90
CURITIBA-PR	440,60	25,00		72,80		52,00	113,00	703,40
FORTALEZA-CE	414,40	400,00	105,90	279,50	320,30	50,30		1.570,40
MANAUS-AM	800,00	375,00	89,40	327,40	846,90	30,00		2.468,70
NATAL-RN	361,00	250,50	53,70	168,90	119,20	30,40		983,70
PORTO ALEGRE-RS	484,40			345,80		40,50	133,00	1.003,70
RECIFE-PE	678,00	397,10	21,80	19,80	224,20	102,20		1.443,10
RIO DE JANEIRO-RJ		1.590,00	314,00	687,30	200,00	420,00		3.211,30
SALVADOR-BA	541,80	400,00	36,00	45,10	217,60			1.240,50
SÃO PAULO - SP	1.082,00	400,00	119,90	1.961,40	1.508,50	334,50	90,00	5.496,30
Total geral	6.641,20	4.867,60	740,70	5.152,50	4.061,80	1.558,60	336,00	23.358,40
%	28,43%	20,84%	3,17%	22,06%	17,39%	6,67%	1,44%	100,00%

Fonte: TCU

Tabela 14 - PIB dos municípios x investimentos por cidade

CIDADE	Investimento em R\$ milhões	% Participação	PIB município em R\$ bilhões	% PIB
BELO HORIZONTE-MG	2.356,70	10,08	42,15	5,59
BRASÍLIA-DF	1.857,70	7,95	117,6	1,58
CUIABÁ-MT	1.022,90	4,37	9	11,36
CURITIBA-PR	703,40	3,01	43,3	1,62
FORTALEZA-CE	1.570,40	6,72	28,4	5,52
MANAUS-AM	2.468,70	10,56	38,1	6,47
NATAL-RN	983,70	4,21	8,7	11,30
PORTO ALEGRE-RS	1.003,70	4,29	36,8	2,72
RECIFE-PE	1.443,10	6,17	22,5	6,41
RIO DE JANEIRO-RJ	3.211,30	13,74	154,8	2,07
SALVADOR-BA	1.240,50	5,31	29,7	5,17
SÃO PAULO - SP	5.496,30	23,53	357,1	1,54
Total Geral	23.358,40	100	888,15	2,63

Fontes: TCU, IBGE PIB 2008 organização: própria

A análise da tabela 14 mostra a porcentagem de comprometimento do PIB por cidade-sede. Nesta tabela podemos verificar que, embora São Paulo seja a sede com maior investimento - R\$ 5.496.300,00, o comprometimento do PIB do município neste endividamento é o menor - 1,54%. Nos casos de Cuiabá e Natal, há um alto comprometimento do PIB, que representa mais de 10%.

Recordamos, como citado anteriormente, que para atender às necessidades do evento foi necessária a criação da MP 496 para ampliar a possibilidade de

endividamento dos municípios na obtenção de crédito destinado ao financiamento de infraestrutura para a realização da Copa do Mundo FIFA 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016.

Tabela 15 por área de investimento

Área de Investimento	CEF	BNDES	PORTOS	INFRA ERO	GOV. ESTAD.	GOV. MUNIC.	PRIVA DO	VALOR TOTAL**
Estádio/Arena		3.677,60			1.614,70	79,10	336,00	5.707,40
Infraestrutura Aeroportuária				5.152,50				5.152,50
Infraestrutura Portuária			740,70					740,70
Mobilidade Urbana	6.641,20	1.190,00			2.447,10	1.479,50		11.757,80
Total geral	6.641,20	4.867,60	740,70	5.152,50	4.061,80	1.558,60	336,00	23.358,40
%	28,43%	20,84%	3,17%	22,06%	17,39%	6,67%	1,44%	100,00%

* A matriz de responsabilidades de portos e aeroportos não foi encaminhada oficialmente para o TCU.

** Valores em milhões de reais

Fonte: TCU

A análise da tabela 15 permite identificar que os maiores investimentos são em mobilidade urbana, no total de mais de R\$ 11 bilhões, sendo que a Caixa Econômica Federal responde por 56,5%, seguida de 10,1% do BNDES, 20,8% do governo estadual e 12,6% do governo municipal.

Tabela 16 investimentos em mobilidade urbana

CIDADE	No. de projetos	Descrição	Valor total em R\$ milhões	Valor total financiamento em R\$ milhões
BELO HORIZONTE-MG	8	BRT e viário	1522	1023
BRASÍLIA-DF	9	BRT e mono	466	441
CUIABÁ-MT	2	Mono e BRT	1537	800
CURITIBA-PR	5	Viário e corredor	712	589
FORTALEZA-CE	10	BRT e viário	525	427
MANAUS-AM	1	BRT	568	542
NATAL-RN	2	VLT	364	361
PORTO ALEGRE-RS	7	VLT e corredor	562	410
RECIFE-PE	3	corredor	481	455
RIO DE JANEIRO-RJ	2	corredor	411	361
SALVADOR-BA	1	BRT	1610	1190
SÃO PAULO – SP	1	monotrilho	2860	1082
Total Geral	51		11598	7681

Fonte: Ministério do Esporte¹⁷¹ organização: própria

¹⁷¹ Disponível em <http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/compromissosCopa2014.jsp> acessado em 10 de jun. 2010

Tão importante quanto analisar os valores a serem investidos é identificarmos os locais que estarão recebendo estes investimentos nas cidades-sede. Em uma pesquisa junto ao *site* do Ministério das Cidades¹⁷², que apresenta o detalhamento das obras do PAC da Copa para mobilidade urbana nas capitais, é possível observar que os projetos privilegiam as ligações aeroporto, setor hoteleiro e estádio. Cabe observar que, no caso da cidade de São Paulo, estava prevista uma ligação do aeroporto de Congonhas até o Estádio do Morumbi, antes da desclassificação deste como estádio para o evento.

O Dr. Carlos Vainer, Professor do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPPUR/UFRJ), em entrevista à Revista Caros Amigos, de 23 de janeiro de 2011¹⁷³, reforçou o exposto:

Aqui no Rio de Janeiro vão construir vias de transportes, todas elas voltadas para a Barra da Tijuca, atendendo o interesse da especulação imobiliária, 80% dos fluxos de transporte, as viagens feitas pelos cidadãos, estão em outra direção. Mas isso não interessa, o objetivo não é transportar a população da cidade, mas fazer uma via que vá do aeroporto ao hotel, ao estádio” [grifo nosso]

Ainda sobre os locais que estão recebendo estes investimentos, a mesma revista apresenta entrevista com a Dra Raquel Ronilk, Professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU) da USP, de onde destacamos

Como relatora do direito à moradia adequada, o que eu tenho recebido mais são denúncias de despejos e ameaças de despejo, principalmente de comunidades de baixa renda, de assentamentos precários, em função de obras de infraestrutura ou estádios, ou estacionamentos de estádios, coisas ligadas aos equipamentos da Copa do Mundo em várias cidades do Brasil. Não é apenas no Rio de Janeiro, mas em Belo Horizonte já estão acontecendo despejos e a gente recebeu também notícias de Fortaleza nesse sentido. E a discussão em relação ao despejo é que tudo aquilo que o Brasil, como signatário do “Pacto Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais” – que define claramente no caso de ser necessária uma remoção quais são os procedimentos adequados que devem ser adotados e seguidos – não está sendo aplicado. Às pessoas que estão sendo removidas não é dada a chance sequer de ter informação sobre o projeto, sobre qual vai ser a alternativa oferecida a ela para o reassentamento. Também não é dada a chance de se estudar alternativas que evitem ou minimizem as remoções, enfim, são adotados procedimentos como o ‘cheque despejo’, que é dar um cheque de mil reais, dois mil reais, três mil reais pra uma família, o que é absolutamente insuficiente para ela se instalar de qualquer forma em qualquer moradia digna. E isso é uma prática corrente não só em situações ligadas à Copa, mas em qualquer grande projeto que está sendo implantado no Brasil...

¹⁷² Disponível em http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=944:pac-da-copa&catid=68:programassemob&Itemid=103 acessado em 21/06/2011

¹⁷³ Disponível em <http://faltacopa2014.wordpress.com/2011/01/23/especial-copa-e-olimpiadas-entrevista-carlos-vainer/> acessado em 23/02/2011

Acreditamos que novas pesquisas possam ser feitas posteriormente, a fim de verificar se os projetos propostos foram efetivamente concretizados e se estes estão privilegiando os interesses do evento ou da população das cidades-sede.

Na matriz de responsabilidade dos aeroportos, os investimentos, segundo o ministério do esporte¹⁷⁴, encontram-se assim distribuídos:

Tabela 17 - investimentos em aeroportos

cidade	Investimento em milhões R\$
BELO HORIZONTE-MG	409
BRASÍLIA-DF	748
CUIABÁ-MT	88
CURITIBA-PR	73
FORTALEZA-CE	280
MANAUS-AM	327
NATAL-RN*	569
PORTO ALEGRE-RS	346
RECIFE-PE	20
RIO DE JANEIRO-RJ	687
SALVADOR-BA	45
SÃO PAULO – SP**	1961
Total Geral	5.553

*Inclui R\$ 400 milhões de investimento do concessionário

**considera Guarulhos e Viracopos

Fonte: Ministério do Esporte organização: própria

Cabe observar que as condições aeroportuárias brasileiras têm recebido constantes críticas, que podem ser explicadas pelo aumento da demanda de passageiros, aumento do número de vôos (passageiros e cargas), entre outros, evidenciando a necessidade de investimentos. Recentemente, o governo federal manifestou a intenção de privatizar três aeroportos: Cumbica em São Paulo/SP, Viracopos em Campinas/SP e Brasília/DF. A Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero) teria participação reduzida a 49% nesses aeroportos. Acreditamos que ainda haverá grande discussão sobre o assunto, pois sabemos que estes aeroportos apresentam enorme movimentação e, por consequência, grande fonte de receita para a Infraero. Certamente este também é outro tema que merecerá ser pesquisado posteriormente, a fim de identificarmos se os projetos propostos foram realizados e quais as consequências destas privatizações.

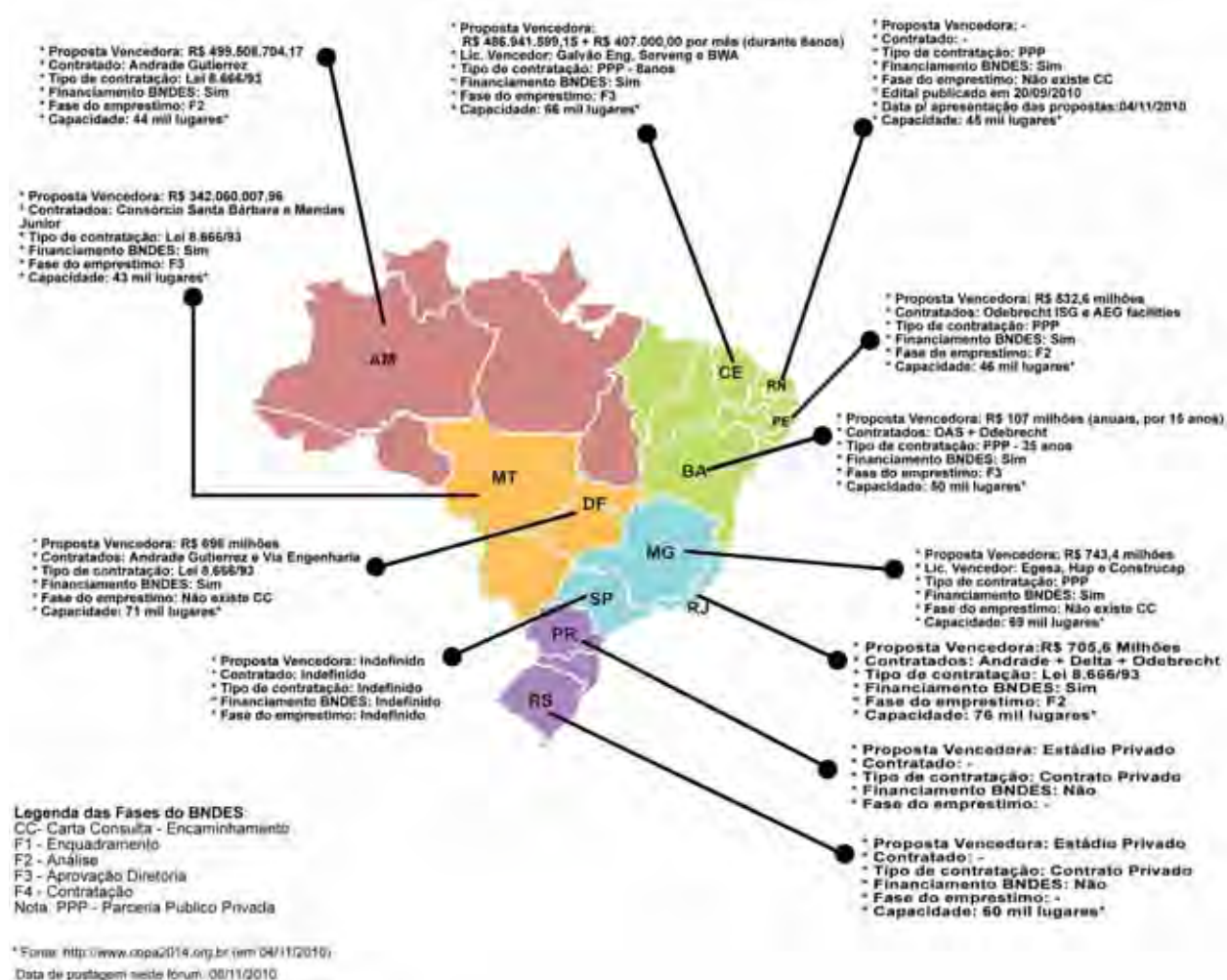
Ainda podemos observar que, do total dos R\$ 23.358,4 bilhões previstos como investimentos, R\$ 5.707,40 bilhões, equivalente a 24%, estão destinados aos estádios, e que aproximadamente 65% destes terão financiamento do BNDES,

¹⁷⁴ Disponível em <http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/compromissosCopa2014.jsp> acessado em 10/06/ 2010

seguido de 28% de investimento de governos estaduais e 1% de investimento municipal. A iniciativa privada indica pouca participação, com 6 %.

A fig. 15 apresenta os valores de investimentos, capacidade dos estádios, construtoras e tipo de contratação.

Fig. 15 Obras dos Estádios da Copa 2014



Fonte: copa2014.org.br

A análise da figura permite observar que as empresas Andrade Gutierrez e Odebrecht estão presentes em 6 das 10 obras, excluindo-se SP e Natal, cujas obras se encontram ainda indefinidas. Sobre isto podemos inferir algumas justificativas plausíveis.

a) Em relação à construção civil, a realidade do setor no país aponta para uma grande concentração das principais empresas. O ranking com as 50

maiores construtoras do Brasil, elaborado pela revista "O Empreiteiro"¹⁷⁵, mostra que as receitas das maiores empresas de engenharia e construção somavam R\$ 18,7 bilhões em 2009, ou 38% do faturamento do total. No primeiro lugar da lista está a Construtora Norberto Odebrecht (R\$ 5.292 bilhões), quase empatada com a Camargo Corrêa (R\$ 5.264 bilhões), e em seguida temos a Construtora Andrade Gutierrez (R\$ 4.2 bilhões) e a Queiroz Galvão (R\$ 4 bilhões). O *ranking* revela ainda uma forte dependência das empreiteiras com os contratos públicos (governos federal, estadual, municipal e estatais): 62% das receitas da Odebrecht, 35% da Camargo, 72% da Andrade e 100% no caso da Queiroz Galvão são de obras do setor público, como obras de saneamento, hidrelétricas, usinas e construção e reformas de estádios.

Neste sentido, podemos admitir que estas empresas, pelo seu poder econômico e capacidade operacional, são capazes de produzir *lobby* suficiente junto ao governo para, obtendo informações privilegiadas, ganharem as licitações, independente do sigilo proposto pelo novo RDC.

b) Podemos admitir também, conforme apresentado no capítulo anterior, sobre a captação do evento Copa do Mundo FIFA 2018 e 2022, pela Rússia e Catar, que a FIFA exerce forte pressão sobre os investimentos nos estádios, sugerindo possível acordo de interesses entre a entidade e as construtoras.

c) Considerando que mais de R\$ 23 bilhões serão investidos em infraestrutura, mobilidade urbana e reforma ou construção de estádios, para atender à Copa do Mundo FIFA 2014, podemos admitir que as construtoras brasileiras também serão “ganhadoras da Copa”.

Devido ao endividamento público e à falta de planejamento, corre-se o risco de, após o megaevento esportivo, ocorrer a subutilização das infraestruturas construídas, produzindo alto custo de manutenção e até a possibilidade de que alguns estádios construídos possam se tornar “elefantes brancos”¹⁷⁶.

Assim, questionamos desde a sua real necessidade até a capacidade instalada destes equipamentos e uso pós Copa do Mundo. As análises produzidas no capítulo I, sobre a produção do futebol brasileiro, assim como a baixa ocupação dos estádios, conforme demonstrado, apontam para a possibilidade de termos no

¹⁷⁵ http://www.revistaoempreiteiro.com.br/Ranking_Completo_2010.pdf acessado em 21/06/2011

¹⁷⁶ Termo como são conhecidas obras que são pouco utilizadas ou representam muitos gastos de manutenção

Brasil equipamentos que não serão viáveis economicamente. Lembremos que, na maioria dos casos, os equipamentos são públicos (estadual ou municipal), e sua manutenção poderá onerar ainda mais os cofres públicos.

Em nossos estudos, identificamos que os estádios de Brasília, Manaus e Cuiabá apresentam fortes possibilidades de se tornarem “elefantes brancos”, tendo em vista que estas cidades não têm clubes jogando na série A do campeonato “brasileirão”, considerado, como vimos, a elite do futebol brasileiro, capaz de impulsionar a oferta e demanda por jogos.

Apenas como exemplo, demonstramos aqui o caso de Brasília. Um estudo preliminar da edificação da arena multiuso, que está sendo construída em substituição ao antigo estádio Mané Garrincha, indica que, inicialmente, este era um estádio olímpico. A proposta em construção prevê um estádio destinado exclusivamente à prática do futebol, o que impedirá seu uso para práticas de outras modalidades esportivas. Assim como vem acontecendo na construção de novas arenas, as quais estão sendo concebidas para abrigar também outros eventos, acreditamos que, salvaguardadas as condições da estrutura, o mesmo poderia ser feito no estádio Mané Garrincha.

Questionamos a construção desta nova arena na cidade de Brasília a partir da participação do Distrito Federal nos principais campeonatos produzidos no Brasil - Estadual e “Brasileirão”. O campeonato de futebol estadual, conhecido como “candangão”, no ano de 2009 apresentou 8 clubes participantes na série A, totalizando 70 jogos. No entanto, nesta produção, o estádio “Mané Garrincha” foi utilizado apenas 2 vezes¹⁷⁷.

Em 2009, com relação à participação no “brasileirão”, o Distrito Federal apresentou apenas 1 time na série B – Brasiliense (Taguatinga). Considerando-se o número de jogos possíveis, teremos 19. O clube utilizou o estádio “Serejão”, localizado em Taguatinga, como mando de jogos, e o “Mané Garrincha” nem sequer foi utilizado no “brasileirão”.

Isto demonstra que há pouca produção de futebol no Distrito Federal e que as receitas originárias dos jogos não justificam o investimento na reforma do estádio, previsto em R\$ 696 milhões, conforme apresentado na fig. 15.

¹⁷⁷ Federação Brasiliense de Futebol <http://www.fbdf.org.br/modulos/home/> acessado em 20/07/2010

Sobre a receita dos estádios do Distrito Federal, utilizados nos campeonatos (estadual e “brasileirão”), os borderôs disponíveis no *site* da Federação Brasileira de Futebol (FBF)¹⁷⁸ indicam que não houve cobrança de locação dos equipamentos, portanto os estádios, que são todos públicos, estão facultando gratuitamente o uso dos equipamentos para os jogos.

Sobre o público pagante dos jogos do campeonato estadual, os borderôs indicam a pouca presença deste, média de 600 torcedores, apresentando um resultado negativo para os clubes participantes, razão pela qual este campeonato não está demonstrado no quadro abaixo.

Tabela 18 – Estudo demonstrativo da utilização e receita do estádio “Mané Garrincha” período 2005 a 2009

Nome Estádio:		Mané Garrincha		Proprietário: Gov. Distrito Federal		
Competições que foi utilizado:		Campeonato Brasileiro de Futebol - Séries "A" e "B"				
Capacidade atual de público:		45.300				
Capacidade futura de público:		70.000	vagas estac.	35.000		
Competição		Total de público pagante	R\$ - Total de Arrecadação	Total de jogos recebidos	Arrecadação c/ eventos - R\$	Aluguel estádio-base cálculo 12,0% / R\$
Ano	Séries					
2009	A	0	0,00	0	Não há	0,00
	B	0	0,00	0		
	totais:	0	0,00	0		
2008	A	0	0,00	0	Não há	0,00
	B	16.384	113.551,00	18		
	totais:	16.384	113.551,00	18		
2007	A	31.762	468.670,00	2	Não há	0,00
	B	25.312	175.028,00	17		
	totais:	57.074	643.698,00	19		
2006	A	0	0,00	0	Não há	0,00
	B	16.492	143.850,00	15		
	totais:	16.492	143.850,00	15		
2005	A	34.532	177.413,00	2	Não há	0,00
	B	0	0,00	0		
	totais:	34.532	177.413,00	2		
TOTAL		124.482	1.078.512,00	54	0,0	0,0
Média de jogos recebidos/ ano (período de 2005 a 2009)						11
Média de público pagante/ jogo (período de 2005 a 2009)						2.305
Média arrecadação dos clubes/ jogo (período de 2005 a 2009)						R\$ 19.972,44
Valor médio do ingresso (período 2005 a 2009)						R\$ 8,66
Taxa aluguel estádio ¹ - 10% - Campeonato Estadual Série A*						R\$ 0,0
Taxa aluguel estádio ¹ - 10% - Campeonato Brasileiro Série B*						R\$ 0,0

* Campeonatos Estaduais são realizados no primeiro semestre do ano (janeiro/maio) – 10% é considerada a média nacional

** Campeonato Brasileiro – Brasileirão – Séries A e B são realizados no segundo semestre de cada ano (junho a dezembro aproximadamente 7 meses) – 20% é considerada a média nacional

¹A taxa de aluguel apontada em borderôs da Federação Brasileira de Futebol para os campeonatos estaduais e brasileiro é R\$ 0,0. De 20 borderôs analisados nenhum apresentou cobrança de taxa de aluguel para jogos.

fonte: Federação Brasileira de Futebol organização: própria

¹⁷⁸ Op. Cit.

O estudo demonstra com clareza a pouca utilização do estádio, que sequer atingiu 20 jogos por ano, no período de 2005 a 2009, ressaltando-se que o “Brasileirão” acontece somente no segundo semestre do ano, e que nenhuma receita foi obtida com a locação do equipamento.

Adicionalmente ao exemplo ilustrado de Brasília, podemos incluir os casos de Cuiabá e Manaus, que também não possuem nenhum time nas divisões principais, possuindo, pois, situação equivalente. Não por acaso, os equipamentos são públicos.

Não podemos acreditar que o crescimento e o desenvolvimento do futebol, nestas cidades, possam acontecer somente por conta da existência de novos equipamentos. Assim, para que estes novos equipamentos não se tornem inviáveis economicamente, algumas receitas acessórias podem ser criadas como, por exemplo, venda de *namings rights*, camarotes, espaços publicitários, locação ou arrendamento de espaços para lojas, restaurantes e lanchonetes, entre outros. Outra possibilidade é a utilização destas arenas para shows e eventos, que podem gerar receitas significativas. Ressalte-se que esta utilização aumenta ainda mais os gastos com manutenção. É certo que um novo equipamento é capaz de atrair demanda, seja de torcedores, participantes de eventos, visitantes, turistas, entre outros, mas estas receitas acessórias dificilmente poderiam tornar estas arenas economicamente viáveis, posto que, em muitos casos, novos projetos e investimentos seriam necessários, onerando ainda mais os cofres públicos na manutenção desses equipamentos.

Sobre a utilização de dinheiro público nos estádios da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, pesquisa do Datafolha¹⁷⁹, realizada com 10.856 eleitores em todo o território nacional, entre os dias 09 e 12 de agosto de 2010, destaca que para 57% dos eleitores brasileiros o Governo Federal não deveria utilizar dinheiro arrecadado em impostos para construir ou reformar estádios de futebol para a Copa do Mundo de 2014. O Rio Grande do Sul é o estado brasileiro que mais rejeita a ideia de ver o dinheiro público investido em estádios, 70% dos gaúchos, pensamento também referendado por 68% dos paulistas.

A partir do exposto, questionamos: como explicar investimentos públicos em estádios que se mostram economicamente inviáveis? Uma das explicações

¹⁷⁹ http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=1019 acessado em 9/9/2010

possíveis, acreditamos, tem a ver com a imposição da FIFA em escolher cidades com forte apelo turístico, capazes de agregar interesse aos turistas para visitarem o país durante o evento. Nesse caso, a escolha das cidades de Manaus e Cuiabá foi sugerida por estarem na região amazônica e no pantanal, respectivamente, regiões estas capazes de atrair turistas para visitarem o Brasil durante o evento. Assim como o Distrito Federal, como capital do Brasil.

Ilustramos nossa afirmação com base também em entrevista do presidente da CBF, Sr. Ricardo Teixeira, concedida ao programa "Bem Amigos", do canal por assinatura Sportv. Na entrevista ao vivo, feita em Johannesburgo, exibida às 14h30 do dia 5/7/2010, ele comentou:

Com exceção a Mato Grosso e Manaus, que não foram escolhas técnicas, eles [FIFA] queriam a Copa com uma sede no Amazonas e outra no Pantanal, todas as outras cidades sedes precisavam de novos estádios. O Mineirão, por exemplo, não tinha as mínimas condições de sediar uma Copa do Mundo"...Digamos que foi uma escolha geopolítica"...[Ricardo Teixeira para Sportv]

A revista Veja edição 2218, ano 44, no. 21, de 25 de maio de 2011 (p. 88-100), apresentou um panorama da situação dos estádios que serão utilizados na Copa do Mundo FIFA. Após análise de documentos do BNDES, fotografias aéreas e pesquisas in loco, a revista afirma que, faltando 36 meses para o evento, o Brasil só investiu 7,5% do necessário para preparar os estádios. Aponta ainda 5 razões para o atraso: 1. Escolha política das sedes, 2. Falta de um órgão centralizador, 3. Projetos mal feitos, 4. O BNDES não está disponibilizando os recursos, pois não estão sendo cumpridas as condições contratuais, e 5. Muitos gestores acreditam que, quanto mais próximo ao evento, mais haverá investimentos "emergenciais".

O exposto nos faz admitir que os custos deste evento poderão sofrer um aumento de 4 a 5 vezes do valor previsto, tal como ocorreu no PAN 2007. E pior, a quase totalidade dos investimentos são públicos, hoje em torno de 98,5%.

A partir do ora apresentado, admitimos que o modelo de gestão do governo para o planejamento do evento, apoiado na participação de muitos atores e sem a presença de uma estrutura de coordenação fortalecida, não produz uma base sólida de governança, minimizando as possibilidades de oportunidades que a Copa do Mundo FIFA poderia produzir no Brasil.

Nesta esteira, reforçamos que o Brasil deveria ter promovido um plebiscito de forma a consultar a população, apresentando e discutindo amplamente as condições para a realização do evento, antes da sua captação, o que legitimaria suas ações.

Identificamos também que as cláusulas de confidencialidade presentes nos Acordos ofendem nossa soberania e dificultam investigações e fiscalizações, principalmente considerando-se que os maiores investimentos serão feitos pelo governo que, desde sempre, teve conhecimento das garantias governamentais exigidas e das implicações no ordenamento jurídico brasileiro, necessárias para atender ao evento.

Reforçamos que a inexistência ou indisponibilidade do planejamento estratégico do evento facilita a possibilidade de conflitos de interesses entre os vários atores envolvidos, especialmente tendo em vista que a quase totalidade das receitas é da FIFA, o que reforça nosso entendimento de que ela será a grande “ganhadora” da Copa do Mundo FIFA 2014.

3.2 – Algumas possíveis externalidades da Copa do Mundo FIFA no território do futebol brasileiro

Admitindo-se a Copa do Mundo FIFA como um produto inovador no território do futebol brasileiro, conforme demonstrado, identificamos a necessidade de abordar algumas possíveis externalidades neste território, respondendo ao último dos questionamentos propostos no início deste capítulo.

Para melhor identificação, iremos apresentá-las antes, durante e depois do evento, para os principais atores envolvidos, a saber: CBF, Federações de Futebol, Clubes, Jogadores, Torcedores, Empresas de equipamentos e material esportivo, empresas de mídia e governo.

Antes do evento

1) Para a CBF

- Aumento ainda maior do poder da entidade, tendo em vista que ela é ao mesmo tempo o COL – Comitê Organizador Local da Copa do Mundo FIFA 2014;
- Aumento de possibilidades de conflitos de interesses (corrupção e fraudes), dado os valores bilionários envolvidos no evento, bem como pela forma de gestão da entidade;
- Ampliação de conhecimento no planejamento, organização e gestão de eventos futebolísticos internacionais.

2) Para os governos

- Aumento de gastos com investimentos em infraestrutura diretamente ligada ao futebol, nas cidades-sede;
- Gastos com pagamento de consultorias especializadas em futebol;
- Gastos com planejamento e gestão do evento;
- Aumento do conhecimento e tecnologias no planejamento, organização e gestão de megaeventos esportivos;
- Aumento das possibilidades de conflitos de interesse.

3) Para os clubes proprietários de estádios

- Oportunidade de captação de financiamentos para reforma ou edificação.

4) Para a população

- Oportunidade de emprego na construção civil das arenas

Durante o evento

1) Para a CBF

- Possibilidade de aumentar ainda mais o poder da CBF, podendo justificar gastos ainda maiores, pela pressão popular para que a seleção brasileira consagre-se hexacampeã em território brasileiro.

2) Para os governos nas cidades-sede

- Aumento dos gastos com segurança nos estádios e principais pontos das cidades-sede, (incluindo locais das *fan-fests*), especialmente nos dias de jogos;
- Aumento dos gastos com saúde nos estádios e entorno e principais pontos (incluindo locais das *fan-fests*) das cidades-sede;
- Aumento dos gastos com telecomunicações em locais ligados ao evento;
- Aumento dos gastos com serviços especiais para atendimento aos turistas do evento nos aeroportos, portos e rodovias;

- Aumento dos gastos com ordenamento de trânsito, nos equipamentos e locais de uso exclusivo do evento, especialmente em dias de jogo;
- Aumento de gastos com material promocional e de divulgação de produtos e serviços ligados ao evento;
- Aumento dos gastos na contratação de serviços especializados;
- Aumento do número de turistas/torcedores do evento;
- Aumento da arrecadação com os gastos de turistas/torcedores do evento;
- Possibilidade de aumento de arrecadação de alguns impostos na venda de produtos ligados ao evento e atividades decorrentes dos eventos da Copa do Mundo, lembrando que nas cláusulas do Acordo é concedida isenção de vários impostos à FIFA.

3) Para os produtores de jogos (clubes)

- Deverá haver uma alteração da tabela de jogos, especialmente do “Brasileirão”, que ficará suspenso, o que pode, em tese, implicar na diminuição das receitas para os clubes no ano da Copa do Mundo FIFA no Brasil. Consideramos que poderá haver algum tipo de compensação por parte da CBF.

4) Para as empresas correlatas e de apoio ao futebol

- Possibilidade de aumento nas vendas de material esportivo (produtos licenciados FIFA);
- Possibilidade de aumento nas vendas de outros produtos ligados ao futebol.

5) Para a população

- Possibilidade de geração de emprego temporário, embora não possamos deixar de considerar que o evento conta com o trabalho dos voluntários que, na edição da África do Sul, representaram uma força de trabalho de 18 mil pessoas.

6) Para os torcedores brasileiros

- Possibilidade de aumento da participação dos brasileiros como torcedores da Copa do Mundo FIFA, a depender dos sorteios dos jogos e valores dos ingressos.

7) Para as redes de comunicação

- Possibilidade de melhoria das condições de trabalho dos jornalistas esportivos nos estádios das cidades-sede;
- Oportunidade de aumento da tiragem de jornais, visitas às páginas de internet, comercialização de anúncios publicitários de mídias especializadas no futebol;
- Possibilidade de contratação de jornalistas especializados temporários.

Após o evento

1) Para a CBF

- Possibilidades de lucros para o COL (leia-se Empresa Copa do Mundo FIFA 2014 Comitê Organizador Brasileiro Ltda).

2) Para as Federações de Futebol

- Possibilidade de recebimento de parte dos lucros do evento.

3) Para os jogadores

- Possibilidade de concentração dos jogos do “Brasileirão”, por conta da suspensão do campeonato durante o evento, com prejuízo físico para os jogadores (apenas no 2º semestre de 2014).

4) Para os novos estádios na prática do futebol

- Num primeiro momento, poderá haver aumento do número de torcedores, com o objetivo de conhecer o novo ou reformado equipamento, seja pela novidade ou pela oportunidade de poder observar in loco as diferenças entre os “antigos” e “novos”.
- Considerando-se os altos valores investidos e a necessidade de retorno do capital, é possível que haja aumento no preço do ingresso, levando a exclusão de parte do público consumidor atual, com menor poder aquisitivo.

Lembremos que, conforme demonstrado, a taxa de ocupação atual é de 20%. Por outro lado, este aumento de preços também poderá atrair novos consumidores, que não consumiam os produtos (jogos) pela precariedade das condições atuais dos estádios.

- Os novos equipamentos podem, em tese, melhorar a condição para a prática do futebol, tendo em vista que melhores e mais adequadas instalações podem contribuir para a qualidade de vida do atleta.
- Alguns equipamentos públicos, para justificar a edificação e os altos investimentos, podem ser utilizados por jogos com ingressos subsidiados, aumentando as despesas para os cofres públicos.
- Em alguns casos as novas arenas podem ser utilizadas para outros fins que não o futebol (shows, comícios, eventos religiosos, entre outros), e por serem estes maiores geradores de receitas, o esporte pode ficar preterido.
- Os clubes (produtores de futebol) podem ser pressionados pelas Federações Estaduais e CBF a utilizarem as novas arenas como mando de jogo, abrindo mão dos seus próprios estádios, sendo “obrigados” a pagar pelas locações.

5) Para os produtores de jogos (clubes)

- Caso haja lucro com o evento Copa do Mundo FIFA, em tese os clubes podem se beneficiar da repartição deste, tendo em vista que a CBF, no seu estatuto art. 6º esclarece “A CBF não tem fins lucrativos, devendo aplicar suas receitas e recursos financeiros na realização de suas finalidades, bem como na organização, na administração, na divulgação e no fomento do futebol”. [grifo nosso]

6) Para os governos

- Possibilidade de aumento de gastos dos cofres públicos com manutenção das arenas públicas, especialmente para aquelas identificadas como “elefantes brancos”, dada a pouca produção de futebol das cidades de Brasília, Cuiabá e Manaus.

- Possibilidade de aumento na arrecadação de impostos oriundos do futebol, caso haja, num primeiro momento, aumento do consumo (número de torcedores).
 - Possibilidade de inadimplência no pagamento dos empréstimos, especialmente dos estádios privados, considerando-se a atual debilidade da saúde financeira dos clubes, conforme apresentado no primeiro capítulo.
- 7) Para as redes de comunicação
- Melhoria das condições de trabalho dos jornalistas esportivos nas novas arenas.
- 8) Para as empresas de apoio
- Oportunidades para empresas que exploram atividades de alimentação nos novos estádios.
- 9) Para a população
- Possibilidade de empregos nos novos equipamentos instalados (arenas);
 - Possibilidade de oportunidade para a economia informal nos portões de acesso às novas arenas.
- 10) Para os torcedores
- Possibilidade de facilitação de vias de transporte para os novos estádios.
 - Possibilidade de transporte público para as novas arenas.

A análise dessas possíveis externalidades, consideradas a partir da introdução de um produto inovador no território do futebol brasileiro, permite concluir que elas pouco podem influenciar na competitividade do esporte, posto que sua produção e consumo não deverão sofrer alterações capazes de torná-lo mais competitivo, e que a regulação neste território, como apontado anteriormente, continuará sendo um dos seus pilares mais frágeis.

CONCLUSÃO

Iniciamos nossas considerações finais com a confirmação de que, do ponto de vista econômico, social e cultural, os produtores e consumidores do futebol sofreram grandes transformações desde que os ingleses o inventaram.

A difusão do futebol por vários países, em todos os continentes, transformou-o num fenômeno cultural crescentemente praticado e assistido, com atuação nas escalas geográficas que vão do local ao global, com atores que influenciam política e economicamente este esporte. As relações de poder desses atores na organização e gestão do futebol, dentro de uma lógica de mercado, acabaram por transformar os clubes em empresas e os torcedores em consumidores.

Desse modo, a modernização do futebol, determinada, particularmente, pelas práticas capitalistas, tornou-o ao mesmo tempo produto e produtor. Como produto bastante valorizado no contexto atual, sua identidade e territorialidades passaram a ser expressas através de uma rede socioespacial formada por diferentes agentes, distribuídos por todo o mundo: praticantes do futebol, público consumidor (torcedores), empresas de marketing e de material esportivo, patrocinadores, mídias e veículos de comunicação, e ainda pelas ligas, clubes, federações, confederações e pela FIFA, como agente hegemônico.

A globalização da prática do esporte e a formação de uma rede mundial também permitiram a criação de vários produtos a ele relacionados, como campeonatos e torneios, estimulando sua produção e consumo, sendo a Copa do Mundo FIFA o maior e mais rentável produto.

Diante deste cenário, defendemos a tese da existência do território do futebol, que pode ser entendido como o lugar definido e delimitado pelas várias práticas que envolvem o esporte, em escalas que vão do local ao global, ligado à ideia de domínio, onde se revelam relações de poder. Estas relações são marcadas, de um lado, pelo poder do mercado, já que o futebol é uma “indústria” que gera bilhões de dólares, pelo poder dos consumidores dos vários produtos ligados a ele, e de outro lado pela permissividade do Estado.

No Brasil, as transformações que o futebol sofreu, ao longo dos seus cem anos, foram condicionadas, em primeira instância, pelas disputas entre grupos que exercem o controle do esporte no país; em segunda instância, pelos contextos cultural, político e econômico que marcaram a sociedade brasileira em cada período

e se reproduziram também no futebol; em terceira instância, pela presença hegemônica da FIFA e CBF, numa demonstração de poder, configurando uma rede socioespacial; numa quarta instância, a partir da globalização, com o fortalecimento do esporte-espetáculo.

Analisando o território do futebol brasileiro, chegamos à conclusão de que os jogadores, hoje, são vistos como “mercadoria”, e identificando a tecnologia como uma realização humana, admitimos que o Brasil apresenta uma vantagem competitiva em relação a outros países.

Concluimos também que, embora o Brasil seja o único pentacampeão da Copa do Mundo de Futebol FIFA, o que, em tese, poderia indicar uma vantagem competitiva, a gestão amadora dos clubes necessita profissionalizar-se a fim de que o futebol se torne mais competitivo.

Identificamos a CBF, como entidade que congrega os interesses do futebol e dos clubes, organiza e gerencia o futebol no Brasil. Em relação a ela, nossa conclusão foi de que sua gestão é pouco democrática, sendo esta uma fragilidade que influencia na competitividade do território do futebol brasileiro.

Outra fragilidade que detectamos foi a ausência de mecanismos de regulação no território do futebol brasileiro. Nesse caso, sugerimos que a participação ótima do Estado seria como elemento proponente e participe na criação de um grupo executivo e gestor do futebol brasileiro que, com uma governança participativa, composta por um grupo de atores diretamente ligados ao futebol, somado ao Estado, mais a sociedade organizada, com fiscalização do Ministério Público, resultaria numa gestão mais adequada do futebol como patrimônio cultural brasileiro. Isto poderia contribuir não só para a melhoria da prática e gestão do esporte no Brasil, como também poderia tornar o futebol brasileiro mais competitivo.

Concluimos que não há autonomia neste território. Dada a hegemonia da corporação FIFA, admitimos que ela “manda” no território do futebol, com maior força nos países mais permissivos que sediam o evento Copa do Mundo FIFA, moldando o território de forma a concentrar atividades em espaços específicos, gerando vantagens para a entidade, numa lógica globalizante.

No megaevento Copa do Mundo FIFA, os objetivos dos países-sede, somados aos interesses privados, articulam-se em projetos capazes de mudar o “jogo de futebol” para o “jogo político-econômico”. Assim, embora os países, ao se candidatarem, apresentem um conjunto de informações sobre sua capacidade em

sediar a Copa do Mundo FIFA, os aspectos técnicos são menos importantes do que os interesses políticos e econômicos, vencendo o “jogo” o país que apresentar maiores oportunidades de negócios para a entidade, e permissividade do Estado no aceite das exigências da entidade.

Concluimos também que o turismo tem sido usado como valor agregado ao evento, pois a escolha dos países África do Sul (2010), Brasil (2014), Rússia (2018) e Catar (2022), podem ser considerados destinos “novos”, capazes de aumentar a sensibilização para o consumo do produto Copa do Mundo FIFA. No caso do Brasil isto justificaria a escolha das cidades de Brasília, Cuiabá e Manaus, pelo apelo turístico arquitetônico e de patrimônio natural.

Para o Brasil, a Copa do Mundo FIFA poderia ser uma oportunidade para apresentar ao mundo, não só a capacidade de organização deste evento, mas também a força econômica e os atrativos do país. O turismo poderia contribuir significativamente para alcançar estes objetivos. Nesse caso, no intuito de fugir dos estudos apresentados por interessados, cujos dados são superestimados, propusemos a realização de estudos e pesquisas independentes, os quais poderiam demonstrar a real capacidade de captação de turistas para as cidades e para o Brasil, evitando-se que a capacidade produtiva no setor seja superestimada e que os produtores não se sustentem depois no mercado.

Nesse sentido, destacamos os estudos feitos pelo Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo, sob coordenação da Prof. Dra. Beatriz Lage, como um referencial que tem apresentado estudos aprofundados sobre os eventos na cidade de São Paulo. Este modelo poderia ser desenhado na criação de um Observatório do Turismo para a Copa do Mundo 2014, a ser implantado nas cidades-sede, de forma a termos dados fidedignos para as pesquisas.

A captação do megaevento Copa do Mundo FIFA 2014 pelo Brasil, considerada como um produto de inovação, poderia ser uma oportunidade para que a realidade de cada cidade-sede, em termos de serviços essenciais, fosse modificada. Isto porque, para a realização deste evento, novas formas de ação da administração pública são exigidas, novos investimentos são necessários, novos processos são estabelecidos, justificados como importantes para o desenvolvimento econômico de um país ou uma cidade. Neste sentido, este evento deveria promover um espaço socialmente organizado para que ele pudesse se desenvolver.

No Brasil, entretanto, o projeto foi apresentado e o evento captado sem que a população pudesse ter acesso ao (des) ordenamento das cidades que estão envolvidas e, portanto, pudesse manifestar adesão ou não. Assim, para que não ocorram manifestações de desagrado, tem sido usado o *marketing* dos legados da Copa para justificar seus altos investimentos. Os exemplos apresentados na tese ilustram como os planejadores superestimam os impactos *ex-ante* e possíveis legados, a fim de justificarem os investimentos para o evento.

Chamamos a atenção para duas situações que, comumente, acontecem durante os megaeventos. Primeiramente, o espetáculo busca exibir uma cidade sem problemas de mobilidade, moradia, segurança, entre outros, mostrando uma falsa realidade, já que os problemas permanecem após o evento. Outra situação refere-se ao endividamento público e à falta de planejamento, o que, após o megaevento esportivo, acaba acarretando a subutilização das infraestruturas construídas e, com isso, produzindo alto custo de manutenção, onerando ainda mais os cofres públicos.

Sobre a coordenação do evento, defendemos que esta não deveria estar, unicamente, a cargo do Ministério do Esporte. Do nosso ponto de vista, o modelo ideal de organização de uma Copa do Mundo teria estrutura tripartite, composta por governo (federal, estadual e municipal), entidades da sociedade civil e também pela CBF. Destacamos aqui que, considerando a magnitude do evento, a ampla participação e expectativas do governo, bem como, a relevância dos investimentos, a Copa do Mundo FIFA deveria ser considerada como um programa prioritário da Presidência da República e, recebendo este tratamento, a centralização das ações governamentais poderia estar na Casa Civil.

Nesta mesma linha de raciocínio, também as cláusulas presentes nos Acordos deveriam ser mais flexíveis, principalmente considerando-se que os maiores investimentos serão feitos pelo governo, demonstrando sua permissividade. Os acordos deixam bastante evidenciados que o COL e governo brasileiro serão os responsáveis por quase todos os investimentos a serem feitos para atender as exigências do evento, e que, em contrapartida, as bilionárias receitas serão exclusivas da FIFA.

Os nossos estudos apontaram que o governo é o responsável por 98,5% dos investimentos no evento, que até o momento somam uma cifra superior a R\$ 23 bilhões. No entanto, as previsões feitas pela Câmara dos Deputados indicam que este valor deve chegar a R\$ 100 ou R\$ 120 bilhões, repetindo-se o ocorrido nos

Jogos Panamericanos de 2007. Os valores que a FIFA disponibiliza acabam sendo utilizados em atendimento às suas próprias exigências, nos seus escritórios e acomodações, não havendo investimentos no país-sede.

Sobre o planejamento e organização do evento, concluímos que o modelo de gestão do governo, apoiado em Câmaras Temáticas, apresenta a participação de muitos atores, sem a presença de uma estrutura de coordenação fortalecida, não produzindo uma base sólida de governança, conseqüentemente, minimizando as possibilidades de oportunidades que a Copa do Mundo FIFA poderia produzir no Brasil.

Concluímos também que o país está atrasado na criação destas Câmaras Temáticas, tendo em vista que a candidatura do Brasil foi oficializada em 30 de outubro de 2007, e que somente a partir de março de 2010 as câmaras começaram a ser criadas. Admitimos algumas explicações para esta demora do governo em empreender ações para planejar e organizar o evento, entre elas a “pressão” da FIFA, visando uma menor fiscalização, e a oportunidade que a proximidade do evento oferece para que ocorram ações como corrupção, superfaturamento das obras, fraudes, sem tempo hábil para ações processuais de fiscalização e controle. Outra explicação pode ser dada pela inexperiência do país em organizar megaeventos, mesmo levando-se em consideração a experiência do PAN 2007.

Como professora da disciplina de Planejamento, Organização e Gestão em Eventos, entre os primeiros ensinamentos dados aos meus alunos está a importância e necessidade de um planejamento bem elaborado, como condição inicial para o sucesso de qualquer tipo de evento, do mais simples ao mais sofisticado. Assim, causou-me muita perplexidade admitir que, para um evento desta magnitude, o Brasil até agora não tenha apresentado um planejamento para a Copa do Mundo FIFA 2014.

Analisando o evento Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil, consideramos que, embora este seja um produto inovador, capaz de gerar excelentes oportunidades para as cidades-sede e para o país, visto que o Brasil apresenta um ambiente favorável para que o evento se desenvolva, a regulação do território do futebol que, como dissemos, é frágil em nosso país, poderá comprometer as vantagens existentes.

A hipótese inicial desta tese, na qual considerávamos que a Copa do Mundo FIFA 2014, como um produto inovador no território do futebol brasileiro, poderia contribuir para aumentar a competitividade do esporte, não foi confirmada. A exposição das possíveis externalidades do evento no território do futebol nos permitiu concluir que elas pouco podem influenciar na competitividade do esporte, posto que sua produção e consumo não devem sofrer alterações capazes de torná-lo mais competitivo e que a regulação neste território continuará sendo um dos seus pilares mais frágeis.

Com base no pesquisado até o momento, não é possível concluir se teremos êxito com o evento, porém, podemos adiantar que, embora ele exista para eleger a melhor seleção mundial de futebol, a grande ganhadora do “jogo” será a FIFA.

Concluimos com um pensamento de John Horne¹⁸⁰: “Os megaeventos esportivos deveriam se ajustar às cidades e não as cidades se ajustarem aos eventos”. Porém, “Fazer campanha contra uma Olimpíada ou uma Copa do Mundo é a mesma coisa que fazer campanha contra o Papai Noel”, afirma o autor, lembrando que lutar contra os malefícios de um megaevento esportivo é muito difícil porque, assim como o Papai Noel, mexe com o “imaginário lúdico das pessoas”.

¹⁸⁰ Professor de Esporte e Sociologia do International Research Institute for Sport Studies - University of Central Lancashire. Preston, United Kingdom. Conferência proferida no evento: Mega-events , Rio de Janeiro, 3 de novembro de 2010.

BIBLIOGRAFIA

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2003.

AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR. **Dados e indicadores**. Disponível em: <<http://www.ans.gov.br/index.php/materiais-para-pesquisas/perfil-do-setor/dados-e-indicadores-do-setor>>. Acesso em 23 jun. 2011

AMERICAN Marketing Association. Disponível em <<http://www.marketingpower.com/AboutAMA>>. Acesso em 01 set. 2009.

AZEVEDO, C; REBELO, A. **A corrupção no futebol brasileiro**. Disponível em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/motrivencia/article/viewFile/5923/5436>> Acesso em 20 mar. 2010.

BELLOS, A. **Futebol**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BIDDING for FIFA's Other World Cups. Disponível em: <<http://www.fifa.com/aboutfifa/organisation/bidsifaevents/index.html>> Acesso em 20 abr. 2011

BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Ed. Marco Zero Ltda., 1983.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. Comissão de Fiscalização Financeira e Controle. Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos Públicos destinados à Copa de 2014 e às Olimpíadas de 2016. **Copa 2014: desafios e responsabilidades**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2010.

BRASILEIROS são contra o atual modelo do Comitê da Copa. Pesquisa LANCE!-Ibope revela que população deseja maior participação social. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/minuto/Brasileiros-atual-modelo-Comite-Copa_0_373162934.html>. Acesso em 23 jun. 2011.

BRASIL-2014: o que copiar (e o que mudar). Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/copa-2010/secao/africa-do-sul/>>. Acesso em 20 set. 2010

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

BORJA, J. & CASTELLS, M. **Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de La información**. Madrid: United Nations for Human Settlements (Habitat), Taurus, Pensamiento, 1997.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Atuação parlamentar do Deputado Federal Silvio Torres, 2006**. Brasília: Série separatas de discursos, pareceres e projetos no. 17/2006. Disponível em: <http://silviorres.com.br/home/images/trabalho%20dep%20_brasilia%202006.pdf> Acesso em 20 mar. 2010.

CAMPELO, V. **O TCU e a Copa do Mundo de 2014 - Relatório de Situação**. Brasília: Tribunal de Contas da União, abril 2011. Disponível em: <http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-1942011173821-relatorio%20copa%202014_miolo_web.pdf> Acesso em 25 abr. 2011.

CARLOS, A. **O Espaço urbano: Novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: Contexto, 2004.

CBF **Estrutura interna**. Disponível em <www.cbf.com.br>. Acesso em 26 mai 2011.

CBF. **Regulamento Campeonato Brasileiro de Futebol**. Disponível em <www.cbf.com.br> acesso em 22 mar. 2010.

CHADE, J. **Fim da Copa devolve África do Sul à sua realidade de pobreza e violência**. Jornal o Estado de S. Paulo. Disponível em: < Disponível em [http://www.estadao.com.br/estadaode hoje/20100718/not_imp582736,0.php](http://www.estadao.com.br/estadaode%20hoje/20100718/not_imp582736,0.php)> Acesso em 30 set. 2010.

CHADE. J. **FIFA ganhará na Copa do Brasil o dobro do que faturou em 2006**. Disponível em: < <http://www.espbr.com/noticias/fifa-ganhara-copa-no-brasil-dobro-faturou-2006>> Acesso em 20 de mar. 2010

COM mundial sem popularidade, África do Sul vê encalhe nos hotéis. UOL Copa do Mundo 2010. Disponível em: <<http://copadomundo.uol.com.br/2010/ultimas-noticias/2010/04/15/com-mundial-sem-popularidade-africa-do-sul-ve-encalhe-nos-hoteis.jhtm>>. Acesso em 16 abr. de 2010.

COOPER. C. **Turismo, princípios e práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COUTINHO, F.; ODILLA, F. **Fifa impõe parceiros às sedes do Mundial 2014 Entidade pressiona cidades a "cooperar" em suas licitações e faz lobby por seus próprios patrocinadores**. São Paulo: Jornal Folha de S.Paulo, Esportes, 13 de junho de 2011. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk1306201102.htm>> Acesso em 14 jun. 2011

CUIABÁ. Disponível em <<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=774812&page=12>>. Acesso em 25 abr. 2010

DALLARI, D. de A. **Elementos da Teoria Geral do Estado**. 27ª. Ed. São Paulo: Saraiva, 2008

DA MATTA, R. (org.). **Universo do Futebol**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

DAMO, A. **Do Dom à Profissão. Uma Etnografia do Futebol de Espetáculo a Partir da Formação de Jogadores no Brasil e na França**. Trabalho de Pós-Graduação. Porto Alegre: 2005.

DATA FOLHA. Instituto de Pesquisa. **Investimento em estádios com dinheiro público é reprovado por 57% dos brasileiros**. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=1019> Acesso em 9 set. 2010

DIAS, L. C. **Redes: emergência e organização**. In: CASTRO, I. E. de et all.(Orgs). **Geografia: Conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, RJ. 1995.

DRUMMOND de Andrade, C. **Crônica: Sermão da planície (para não ser escutado)**. Jornal do Brasil, 18/06/1974. Disponível em: <<http://portalliteral.terra.com.br/artigos/sermao-da-planicie-para-nao-ser-escutado>>. Acesso em 10 mar. 2010

DUBOS, R. **Namorando a terra**. São Paulo: Melhoramentos – Ed. da Universidade de São Paulo, 1981.

DUPAS, G. **Ética e Poder na Sociedade da Informação**. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

EMBAIXADOR garante temperatura baixa nos estádios no Qatar na Copa. Disponível em: < <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2011/02/embaixador-garante-temperatura-baixa-nos-estadios-no-qatar-na-copa.html>. Acesso em 20 abr. 2011

ENTENDA o futebol. História. Universo on line. Disponível em <<http://olimpiadas.uol.com.br/2008/modalidades-olimpicas/futebol/>>. Acesso em: 10 fev. 2010.

ERA Parmalat. Disponível em <<http://www.palmeiras.com.br/>>. Acesso em 10 fev. 2010.

ESTÁDIOS da copa. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/copa/especial/popup-estadios-copa-p-103.html>>. Acesso em 20 set. 2010.

ESTATUTO da FIFA. Disponível em <http://itabi.infonet.com.br/fsf/images/legislacao/estatuto_fifa.pdf> Acesso em 15 mar. 2010.

ESTATUTO FIFA. Disponível em <www.pt.fifa.com> Acesso em 15 mar. 2010

FARIA, M. **Fifa que usar imprensa para garantir apoio popular à Copa de 2014 - Entidade quer que meios de comunicação passem imagem positiva do Mundial para ajudar organizadores**. Disponível em: <<http://www.copa2014.org.br/noticias/6787/FIFA+QUE+USAR+IMPrensa+PARA+GARANTIR+APOIO+POPULAR+A+COPA+DE+2014.html>> Acesso em 13 abr. 2011

FEDERAÇÃO BRASILIENSE DE FUTEBOL. Borderôs de jogos. Disponível em: <<http://www.fbfdf.org.br/modulos/home/>>. Acesso em 20 jul. 2010

FIFA a entidade máxima do futebol. Disponível em <<http://worldcupfifa.tripod.com/id80.html>>. Acesso em 10 de fev. 2010.

FIFA. **FIFA Financial Report 2010**. Zurich. A, 31 May and 1 June 2011. Disponível em
<[http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/01/39/20/45/web_fifa_fr2010_eng\[1\].pdf](http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/01/39/20/45/web_fifa_fr2010_eng[1].pdf)> Acesso em 10 jan. e 26 abr 2011

FIFA Organização. Disponível em <www.pt.fifa.com>. Acesso em 15 mar. 2010.

FIFA. **FIFA Public Guidelines for use of FIFA's Official Marks**. Disponível em: <
http://www.fifa.com/mm/document/affederation/marketing/01/37/85/97/2014_fifapublicguidelines_eng_25012011.pdf> Acesso em 11 mar. 2011

FIFA. **Acordo da Candidatura**. Documento fotografado. 91 p. (s.d.)

FIFA. **Acordo para sediar a competição final da Copa do Mundo FIFA 2014 e a Copa das Confederações FIFA 2013**. Documento fotografado. 89 p. (s.d.)

FIFA divulga preços dos ingressos da Copa do Mundo de 2010. UOL Esporte 24/11/2007. Disponível em
<<http://esporte.uol.com.br/ultimas/2007/11/24/ult1777u77660.jhtm>> Acesso em 28 nov. 2007.

FONSECA, J. B. L. **Lei de Proteção da Concorrência: Comentários à Legislação Antitruste**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Relatório final do plano de modernização do futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: 2000.

FRITZSCHE, David J. **Business Ethics**. 1.ed. EUA: McGraw-Hill, 1998.

GALEANO, E. **Futebol ao Sol e à Sombra**. Porto Alegre: L&PM, 1995.

_____, E. **Futebol ao Sol e à Sombra**. 3ª Ed. Porto Alegre: Ed. L&PM, 2004.

GOVERNO quer criar empresa estatal de seguros. Jornal O Estado de S. Paulo 13 de julho de 2010. Disponível em:
<http://economia.estadao.com.br/noticias/not_27117.htm> Acesso em 20 jul. 2010

GUITA, L. **Península Ibérica pronta para receber Mundial de Futebol**. Disponível em:
<http://www.swissinfo.ch/por/esporte/Peninsula_Iberica_pronta_para_receber_Mundial_de_Futebol.html?cid=28913702> Acessado em 20 abr. 2011

HAESBAERT, R. **Des-territorialização e identidade – a rede “gaúcha” no nordeste**. Niterói: EDUFF, 1997.

_____, R. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____, R. **Desterritorialização, multiterritorialidade e regionalização**. In LIMONAD, Ester; HAESBAERT, Rogério e MOREIRA, Ruy (org's). *Brasil século XXI por uma nova regionalização – agentes, processos e escalas*. São Paulo: Max Lomonad, 2004.

HALL, C. M. **Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning**. London: Belhaven, 1992.

HARVEY, D. **Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio**. In: *Espaços e Debates - Revista de Estudos Regionais e Urbanos*. Ano XVI, nº 39, *Cidades: Estratégias Gerenciais*, SP: NERU/CNPq/FINEP, 1996.

_____, D. Entrevista **Investimentos do grande capital causam problemas nas cidades**. Instituto Polis. Fórum Social Urbano, de 24/03/2010. Disponível em:<http://www.polis.org.br/noticias_interna.asp?codigo=964> Acesso em: 20 abr. 2011

HERZENBERG, C. **Player and referee: conflict interest and 2010 FIFA World Cup**. Institute for Security Studies. Pretoria. Disponível em: <www.issafrica.org.br> Acesso em 04 ago. 2010

HISTÓRICO da Copa. Disponível em
<www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2002/020329_copa30.shtml> Acesso em 15 jul. 2009.

HOBSBAWM, E. J. **A Era dos Impérios (1875-1914)**. 3. ed. Trad. Sieni M. Campos e Yolanda S. de Toledo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

HORNE, J. **Building BRICs by Building Stadiums: Critical Reflections on Recent and Future Sports Mega-Events in Four Emerging Economies.** Conferência proferida no evento: Mega-events, Rio de Janeiro, 3 de novembro de 2010.

IBGE. **Estatísticas PIB por municípios.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/>> Acesso em 21 jun 2011

IFAB FIFA. Disponível em : <<http://pt.fifa.com/aboutfifa/federation/ifab/news/newsid=1380759.html>> Acesso em 10 fev 2010.

INTERNATIONAL Marketing Reports. **Líderes nos patrocínios das maiores ligas européias.** Disponível em <www.futebolfinance.com> Acesso em 20 abr 2010.

JARDIM, L. **Os números da CBF: Do lucro milionário aos valores dos patrocínios passando pelos 47 milhões de reais do jatinho.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/futebol/199924/>>. Acesso em 29 abr. 2010.

KAJURU. **Vídeo secreto parte 3. CPI CBF NIKE.** Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=1fFxGt1jBew&feature=related>>. Acesso em 30 mar 2010

KONCHINSKI, V. **Copa muda trâmite de processos criminais na África do Sul.** Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2010-06-22/copa-muda-tramite-de-processos-criminais-na-africa-do-sul>> acesso 18 mai. 2010

KOTLER. Phillip et al. **Marketing de lugares: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe.** São Paulo: Pearson, 2006.

KUPER, S; SZYMANSKI, S. **Soccernomics: Por que a Inglaterra perde, a Alemanha e o Brasil ganham, e os Estados Unidos, o Japão, a Austrália, a Turquia – e até mesmo o Iraque – podem se tornar os reis do esporte mais popular do mundo.** Trad. Alexandre Martins. Rio de Janeiro: Tinta Negra Bazar Editorial, 2010.

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

LEPIANI, G. **Vem aí a Fan Fest da Copa. Em Copacabana.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/blog/copa-2010/tag/fan-fest/>> Acesso em 30 set. 2010

LOPES, R. **A cidade intencional: o planejamento estratégico de cidades.** Rio de Janeiro: Mauad. 1998.

MACANDA, P. **Ladrões que roubaram jornalistas na Copa pegam 15 anos de prisão.** Disponível em < Disponível em: <http://br.reuters.com/article/idBRSPE65B07V20100612>> Acesso em 30 de junho de 2010

MARACANÃ. Disponível em <<http://www.suderj.rj.gov.br/maracana.asp>> Acesso em 23 nov. 2010.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política.** – 2. ed. – São Paulo: Nova Cultural. Volume I. Livro Primeiro. Tomo 1, 1985.

MASCARENHAS, G. A mutante dimensão espacial do futebol: forma simbólica e identidade espaço e cultura. UERJ, RJ, Nº. 19-20, P. 61-70, jan./dez. de 2005

_____, G. **Considerações teórico-metodológicas sobre a difusão do futebol.** Scripta Nova - Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidade de Barcelona, vol. 4, numero 69 (23), agosto de 2000. www.ub.es/geocrit.

_____, G. **Mundo e Lugar: a Introdução do Futebol no Brasil Urbano.** Revista do Laboratório de Geografia Política e Planejamento Territorial e Ambiental da USP, ano III, 6, março de 1999.

_____, G. **Construindo a “Pátria de Chuteiras”:** elementos para uma Geografia da difusão do futebol no Brasil. In: SCHÄFFER, Neiva et al (orgs.) Ensinar e Aprender Geografia. Porto Alegre: AGB, 1999.

_____, G. **Futbol y Modernidad en Brasil: la geografía histórica de una novedad.** LECTURAS: Educación Física y Deporte (revista eletrônica, meio digital), Buenos Aires: No. 10, año III, mayo/1998.

MATHIENSON, A; WALL, G. **Tourism: economic, physical and social impacts**. New York: John Wiley & Sons, 1990.

MELLO, C. A. B. de. **Curso de Direito Administrativo**. 12ª ed. – São Paulo: Malheiros, 2000.

MELO NETO, F. P. **Marketing esportivo**. 3a Ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____, F. P. de **Marketing no esporte**. Rio de Janeiro: Incentive, 1986.

_____, F. P. de **Marketing esportivo**. Rio de Janeiro: Record, 1995.

_____, F. P. de **Marketing de eventos**. 4ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.

MINISTÉRIO DAS CIDADES. **PAC da COPA**. Disponível em: <http://www.cidades.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=944:pac-da-copa&catid=68:programassemob&Itemid=103>. Acesso em 21 jun. 2011

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Secretaria Nacional de segurança Pública. **GT COPA BRASIL RELATÓRIO 2010**. Brasília, dez 2010. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/susp/main.asp?Team={F14A65FE-6D58-49B5-BFB4-7E2CAFEA9DC6}>> Acesso em 20 jan. de 2011

MINISTÉRIO do Esporte e CBF discutem Copa 2014 em encontro no Rio. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/ascom/noticiaDetalhe.jsp?idnoticia=3629>> Acesso em 30 jul. 2010

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Balanco Copa 2014**. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/balancoCopa2014.pdf>> Acesso em 20 jun. 2011

MINISTÉRIO DO ESPORTE. Disponível em <www.esporte.gov.br>. último acesso 7 jun. 2011

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Câmaras Temáticas Copa 2014**. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/camaraTematica/default.jsp>>. Acesso em 20 jun 2011

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Compromissos Copa 2014**. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/compromissosCopa2014.jsp>>. Acessado em 10 de jun. 2010

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Brasil 2014 A viagem começa aqui**. Disponível em: <http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/turismo_copas/>. Acesso em 27 dez. 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **COPA 2014 O Brasil espera receber 600 mil turistas**. Disponível em: <www.turismo.gov.br>. Acesso em 20 jun. 2010

MORGAN, K. **Ciudades-región en Europa: innovación, aprendizaje y la nueva gobernanza territorial**. Gobierno Vasco: Ekonomiaz Revista Vasca de Economía. n. 58, 1º Cuatrimestre, 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e Fatos: Estudos, pesquisas e dados sobre o setor de turismo**. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>> Acesso em 10 jun. 2009

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estatísticas básicas de turismo**. Brasília. Out 2010. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/estatisticas_indicadores/downloads_estatisticas/Estatisticas_Basicas_do_Turismo_-_Brasil_2004_a_2009.pdf> . Acesso em 20 abr. 2010

MINISTÉRIO DO TURISMO. Secretária Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estudos e Pesquisas. **Estudo da demanda turística internacional 2004-2009**. Brasília: Nov. 2010. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Estudo_da_Demanda_Turistica_Internacional_-_2004-2009.pdf> Acesso em 18 nov. 2010

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Câmara Temática Nacional do Desenvolvimento do Turismo**. Disponível em: <http://www.fornatur.com.br/uploads/21_10_2010/1645+-+Copa+do+Mund.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2011

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Cartilha Patrimônio Cultural**. Série Temática. Brasília. Disponível <http://www.pgr.mpf.gov.br/conheca-o-mpf/publicacoes/folheteria-tematica/09_web_folheteria_patrimonio_cultural_101.pdf>. Acesso em 04 jun. 2011

MUSEU DOS ESPORTES. **A tragédia da Copa de 50**. Disponível em: <<http://www.museudosportes.com.br/noticia.php?id=76>>. Acesso em: 15 jul. 2009.

OBRAS dos estádios da Copa 2014. Disponível em: <www.copa2014.org.br>. Acesso em 20 jun 2011

O CAMPINHO do parque. Disponível em <http://humbertobutti.blogspot.com/2011/02/o-campinho-do-parque_23.html>. Acesso em 24 fev. 2011.

O EMPREITEIRO. **Ranking da Engenharia Brasileira**. Disponível em: <http://www.revistaoempreiteiro.com.br/Ranking_Completo_2010.pdf> Acesso em 21 jun 2011

OHATA. E. **Presidente Lula cria grupo para elaborar planos para a Copa-2014**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u109500.shtml>>. Acesso em 05 nov. 2007

OLIVEIRA JR., P. **Natureza Jurídica do STJD da CBF e Seus Reflexos**. Disponível em <http://www.piraci.com.br/artigos/STJD-Natureza_Juridica.pdf> Acesso em 26 mai. 2011.

OS dez maiores negócios de novembro de 2010. Disponível em <<http://www.futebolfinance.com/os-10-maiores-negocios-de-novembro-2010>> Acesso em 10 nov. 2010

PATROCÍNIOS dos clubes brasileiros de futebol. Disponível em: <<http://www.rcsauditores.com.br/port/noticias.html>>. Acesso em 01 mar. 2010.

PECQUEUR, B. **Le Développement Local**. Paris: Syros, 2ème edition, 2000.

PELÉ o melhor jogador de futebol do século XX. Disponível em <www.pt.fifa.com>. Acesso em 10 fev. 2010.

PENNA, L. **Dicionário popular de futebol**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1998.

PEREIRA, V. **Planejamento urbano e turismo cultural em Belo Horizonte, Brasil: espetacularização da cultura e a produção social das imagens urbanas**. In: CONGRESSO VIRTUAL DE TURISMO, 2, Anais, 2003.

PINTO, G. **A Organização do Trabalho no Século XX: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

PIRES, E.; MULLER, G.; VERDI, A. **Instituições, Territórios e Desenvolvimento local: Delineamento preliminar dos aspectos teóricos e morfológicos**. Geografia. Rio Claro, SP: vol 31, no.3, 2006.

PORTER, M. **A vantagem competitiva das nações**. Rio Janeiro: Campus, 1989.

_____, M. **Competição: Estratégias Competitivas Essenciais**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier/ Campus, 1999.

POYNTER, Gavin. **From Beijing to Bow Bells: Measuring the Olympics Effect**. Working Papers in Urban Studies: London East Research Institute. March, 2006.

PRADO, D. **Entrevista Raquel Rolnik: “Já estão sendo aprovadas várias excepcionalidades para Copa do Mundo”**. Revista Caros Amigos, 23 jan 2011. Disponível em: < <http://faltacopa2014.wordpress.com/2011/01/23/especial-copa-e-caros-amigos-entrevista-raquel-rolnik/>> Acesso em 23 fev.2011

PRADO, D. **Entrevista Carlos Vainer: “O que está em jogo na Copa e Olimpíadas não é o esporte, mas sim os grandes negócios”**. Revista Caros Amigos, 23 jan 2011. Disponível em: < <http://faltacopa2014.wordpress.com/2011/01/23/especial-copa-e-olimpiadas-entrevista-carlos-vainer/>>. Acesso em 23 fev. 2011

PRESIDENCIA DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL. Casa Civil. **Competência**. Disponível em:< http://www.casacivil.gov.br/sobre/COMP/intro_2> Acesso em 20 jun 2011

PRONI, M. W. **A metamorfose do Futebol**. Campinas: UNICAMP, IE, 2000.

_____, M. W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. 1998. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 1998.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. Tradução de Maria Cecília. França. São Paulo: Ática, 1993.

RANGEL, S. **Mundial terá 98,5% de dinheiro público**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 27 de fevereiro de 2011, esporte, p. D7.

REDE Megaeventos. Disponível em: <<http://megaeventos.ning.com/groups>>. Acesso em 08 mai. 2011

REDE de fiscalização e controle Copa 2014. Disponível em: <<http://www5.senado.gov.br/fiscaliza2014>> último acesso 7 jun. 2011

REFORMA ou construção de estádios é prioridade para receber Copa do Mundo. Disponível em: <<http://www.folhape.com.br/index.php/noticias-geral/33-destaque-noticias/579122-reforma-ou-construcao-de-estadios-e-prioridade-para-receber-copa-do-mundo>>. Acesso em 20 jul. 2010.

REPUBLIC OF SOUTH AFRICA. **State of the Public Service Report 2009**
THE STATE OF READINESS OF THE PUBLIC SERVICE FOR 2010 AND BEYOND.
Pretoria: Communication and Information Services, mar 2009. Disponível em <<http://www.info.gov.za/view/DownloadFileAction?id=107892>> Acesso em 4 ago. 2010.

REPUBLIC OF SOUTH AFRICA. Key facts government preparations for 2010 World Cup South Africa. Disponível em <http://www.gcis.gov.za/resource_centre/multimedia/posters_and_brochures/brochures/sa2010_keyfacts_govprep.pdf> Acesso em: 4 ago. 2010

ROBERTO Carlos acerta contrato de dois anos com time russo. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2011/02/roberto-carlos-acerta-contrato-de-dois-anos-com-time-russo.html>>. Acesso em 20 abr. 2011

ROCHE, F. **Gestão Desportiva: Planejamento Estratégico nas Organizações Desportivas**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

ROCHE, M. **Mega Events and Urban Policy**. Annals of Tourism Research. vol 21. Ed. Elsevier Ltd, 1994.

RÚSSIA promete entregar todos estádios até 2017; veja vídeo dos projetos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/839787-russia-promete-entregar-todos-estadios-ate-2017-veja-video-dos-projetos.shtml>>. Acesso em 10 jan. 2011

RÚSSIA e Qatar vencem eleição polêmica e recebem Copas do Mundo de 2018 e 2022. Disponível em: <<http://www.espbr.com/noticias/russia-qatar-vencem-eleicao-polemica-recebem-copas-mundo-2018-2022-comentarios-colunas>>. Acesso em 20 abr. 2011

SALÁRIOS de jogadores ano 2009. Disponível em <www.futebolfinance.com> Acesso em 20 nov. 2009.

SÁNCHEZ, F; BIENENSTEIN, G.; CANTO, B; GUTERMAN, B; BENEDICTO, D; PICINATTO, L. **Produção dos sentidos e produção do espaço: convergências discursivas nos grandes projetos urbanos**. Revista Paranaense de desenvolvimento. Curitiba. No. 107 jul/dez 2004.

SANCHEZ, Fernanda. **Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes**. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, Campinas, n.1, 1999.

SÁNCHEZ, T. W. S.; PAULA, M. C. de S. **Desafios institucionais para o setor de ciência e tecnologia: o sistema nacional de ciência e inovação tecnológica**. Ministério da Ciência & Tecnologia. Brasília: n.13, dez. 2001.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 15ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

_____, M. **O retorno do território**. Revista território y movimientos sociales. Observatorio Social da América Latina. Buenos Aires: año VI, no. 16, enero/abril, 2005.

_____, M. **Território e sociedade: entrevista com Milton Santos**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

_____, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____, M. **A natureza do espaço**. 2ª ed. Técnica e Tempo. Razão e Emoção. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____, M. **Entrevista**. São Paulo: Caros Amigos, no. 17, agosto de 1998.

SANTOS, M. SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro, Record, 2001.

SANTOS, M. H. C. **Governabilidade, Governança e Democracia: Criação de capacidade governativa e relações Executivo-Legislativo no Brasil pós-constituente**. Dados Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro: IUPERJ, v. 40, nº 3. Rio de Janeiro, RJ, set/dez 1997.

SCHILLER, H. I. **The erosion of National Sovereignty by the World Business System**. In: Traber, M. (ed.) *The Myth of Information Evolution*. London: Sage, 1986.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas). I Dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil. São Paulo, SP: Revista dos eventos, 2001.

SEVCENKO, N. **Futebol, Metrôpoles e Desastinos**. Revista USP (Dossiê Futebol), São Paulo: no. 22, jun/jul/ago, 1994.

SERVIÇO Público Estadual. **Processo: 00-2008/069.886-7 COPA DO MUNDO FIFA 2014 COMITÊ ORGANIZADOR BRASILEIRO LTDA**. Disponível em:
<<http://www.jucerja.rj.gov.br/Instituicao/procuradoria/pdf/0020080698867.pdf>>
Acesso em 23 jun. 2011

SINAENCO. **Estudo sobre o Estado de Manutenção e Condições dos Estádios Brasileiros**. 2007. Disponível em:
<<http://www.sinaenco.com.br/downloads/Estudo%20nacional.pdf>>. Acessado em 30 nov. 2009.

SITUAÇÃO Financeira dos clubes de futebol brasileiro. Disponível em
<<http://www.rcsauditores.com.br/port/noticias.html>>. Acesso em 01 mar. 2010.

SOMOGGI, A. **As maiores receitas em transferências Brasil 2003/2008**. Disponível em <www.rcsauditores.com.br>. Acesso em 25 abr. 2009.

SOUTH AFRICAN TOURISM. **Impact of FIFA World Cup**. December, 2010. Disponível em <<http://www.copa2014.org.br/midia/site/1-712011154546-world%20Cup%20Impact%20Study.pdf>>. Acesso em 20 ago. 2011.

SOUTH AFRICAN TOURISM. **Research Travel & Hospitality**. Disponível em <<http://www.wowinteractive.co.za/tabid/121/Default.aspx>>. Acesso em 20/04/2010> Acesso em 20 abr. 2010.

SUZIN, G. **O Show vai começar. E depois?**. São Paulo: Revista Exame, no. 968, ano 44, 19 mai. 2010

TAVARES, F. **A ginga perfeita dos donos da bola. A Fifa controla o dinheiro, marca os adversários e dribla a Justiça**. Jornal O Estado de S. Paulo. Disponível em <<http://www.estadao.com.br/noticias/suplementos,a-ginga-perfeita-dos-donos-da-bola,572511,0.htm>> Acesso em 27 jun. 2010

TELLES, V.; VALLE, C. **O mito do conceito de herói**. Revista ISAT. Centro de Estudos, Pesquisa, Extensão e Produção Acadêmica do Instituto Superior Anísio Teixeira. Disponível em: <http://revista.isat.edu.br/?page_id=56>. Acesso em 04 jun. 2011.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. **Fiscalização da Copa 2014**. Disponível em: <http://portal2.tcu.gov.br/portal/page/portal/TCU/copa2014/documentos> acessado em 20/06/2011

VAINER, C. B. **Pátria, Empresa e Mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano**. Anais do VIII Encontro Nacional da ANPUR. Porto Alegre, 1999.

_____, C. B. **Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano**. In: ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia; VAINER, Carlos. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 3a. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

VAZ, A. **DaMatta: o futebol como drama e mitologia**. In: PRONI, M; LUCENA, R. (org.). **Esporte, história, sociedade**. Campinas: Autores Associados. 2002.

VILLELA, C. **Futebol sem Fronteiras**. São Paulo: Panda, 2009.

YÁZIGI, E. **A Alma do lugar – turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

WAGNER.G., BRENKE, K. **The Soccer World Cup in Germany: A Major Sporting and Cultural Event – But Without Notable Business Cycle Effects**. German

Institute for Economic Researc (DIW Berlin). No. 3, vol 2, 2006 May 23th. Disponível em: <http://www.diw.de/sixcms/media.php/73/diw_wr_2006-3.pdf> Acesso em 20 set. 2007.

2006 WORLD cup fan fests. Disponível em: <www.service-eine-welt.de> Acesso em 30 set. 2010.

DECRETO N.º 7.319, DE 28 DE SETEMBRO DE 2010. Regulamenta a aplicação do Regime Especial de Tributação para construção, ampliação, reforma ou modernização de estádios de futebol - RECOM, de que trata os arts. 2º a 6º da Medida Provisória n.º 497, de 27 de julho de 2010.

DECRETO N.º 7.081, DE 26 DE JANEIRO DE 2010. Altera o Decreto n.º 6.490, de 19 de junho de 2008, que regulamenta a Lei n.º 11.530, de 24 de outubro de 2007, que institui o Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania - PRONASCI.

DECRETO DE 14 DE JANEIRO DE 2010. Institui o Comitê Gestor para definir, aprovar e supervisionar as ações previstas no Plano Estratégico das Ações do Governo Brasileiro para a realização da Copa do Mundo FIFA 2014, e dá outras providências.

DECRETO N.º 7.034, DE 15 DE DEZEMBRO DE 2009. Dispõe sobre a divulgação, por meio do Portal da Transparência do Poder Executivo Federal, de dados e informações relativos à Copa do Mundo de 2014.

DECRETO N.º 4.201, 18 DE ABRIL DE 2002. Dispõe sobre o Conselho Nacional do Esporte e dá outras providências.

DECRETO No. 5753, DE 12 DE ABRIL DE 2006. Promulga a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, adotada em Paris, em 17 de outubro de 2003 e assinada em 3 de novembro de 2003.

DECRETO Nº 981, DE 11 DE NOVEMBRO DE 1993. Regulamenta a Lei nº 8.672, de 6 de julho de 1993, que institui Normas Gerais sobre Desportos.

DECRETO Nº 2.574, DE 29 DE ABRIL DE 1998. Regulamenta a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, que institui normas gerais sobre o desporto e dá outras providências.

LEI Nº 9.615 - DE 24 DE MARÇO DE 1998 (Lei Pelé). Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências.

LEI No. 8.672, DE 6 DE JULHO DE 1993. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências.

LEI No. 10.671, DE 15 DE MAIO DE 2003. Dispõe sobre o estatuto de defesa do torcedor e dá outras providências.

LEI Nº 11.111, DE 05 DE MAIO DE 2005. Regulamenta a parte final do disposto no inciso XXXIII do caput do art. 5º da Constituição Federal e dá outras providências.

LEI N.º 12.350, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2010, Dispõe sobre medidas tributárias referentes à realização, no Brasil, da Copa das Confederações Fifa 2013 e da Copa do Mundo Fifa 2014; promove desoneração tributária de subvenções governamentais destinadas ao fomento das atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica nas empresas e dá outras providências.

LEI N.º 12.348, DE 15 DE DEZEMBRO DE 2010. Dispõe sobre o limite de endividamento de Municípios em operações de crédito destinadas ao financiamento de infraestrutura para a realização da Copa do Mundo Fifa 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 e dá outras providências.

LEI N.º 12.309, DE 09 DE AGOSTO DE 2010. Dispõe sobre as diretrizes para a elaboração e execução da Lei Orçamentária de 2011 e dá outras providências.

LEI N.º 11.118, DE 19 DE MAIO DE 2005. Altera dispositivos da Lei no 9.615, de 24 de março de 1998, e dá outras providências.

LEI N.º 9.981, DE 14 DE JULHO DE 2000. Altera dispositivos da Lei no 9.615, de 24 de março de 1998, e dá outras providências.

LEI N.º 9.615, DE 24 DE MARÇO DE 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências.

MEDIDA PROVISÓRIA N.º 510, DE 28 DE OUTUBRO DE 2010, Promove desoneração tributária de subvenções governamentais destinadas ao fomento das atividades de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica nas empresas e institui o Regime Especial de Tributação para construção, ampliação, reforma ou modernização de estádios de futebol - RECOM.

PL 7377/2010. Dispõe sobre a concessão de prêmio e de auxílio especial mensal aos jogadores das seleções campeãs do mundo de 1958, 1962 e 1970.

PORTARIA N.º 571, DE 22 DE MARÇO DE 2010. Disciplina o Decreto n.º 7.034, de 15 de dezembro de 2009, que dá ampla transparência das ações

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ANDRADE, J. **Turismo: Fundamentos e dimensões.** 5ª.ed. São Paulo: Ática, 1998

CARLOS, A. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: Hucitec, 1996

CRUZ, R. **Introdução à geografia do turismo.** São Paulo: Roca, 2001

_____, R. **Geografias do turismo De lugares a psedo-lugares.** São Paulo: Roca, 2007

_____, R. **Política de turismo e território.** São Paulo: Contexto, 2000.

DALL'ÁCQUA, C. **Competitividade e participação: cadeias produtivas e a definição dos espaços geoeconômicos, global e local.** São Paulo: Annablune, 2003.

FABRETTI, L., FABRETTI, D. **Direito tributários para os cursos de administração e ciências contábeis.** 2ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2003

GEORGE, P., GUGLIELMO, R., KAYSER, B., LACOSTE, Y. **A geografia ativa.** 2ª. ed. São Paulo: Difusão européia do livro, 1968.

HAESBAERT, R. **Territórios alternativos.** São Paulo: Contexto, 2002.

HALL, C. **Planejamento turístico políticas, processos e relacionamentos.** São Paulo: Contexto, 2001

HOOLEY, G. SAUNDERS, J., PIERCY, N. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo.** 3ª. Ed. São Paulo: Pearson, 2008.

HOYLE JR., L. **Marketing de eventos**. São Paulo: Atlas, 2008.

KFOURI, J. **Por que não desisto Futebol, dinheiro e política**. São Paulo: Disal, 2009.

KOTLER, P., GERTNER, D., REIN, I., HAIDER, D. **Marketing de lugares**. São Paulo: Pearson, 2007.

LAGE, B., MILONE, P. **Economia do Turismo**. 7ª.ed. São Paulo: Atlas, 2001

PAIVA, H., NEVES, M. **Planejamento estratégico de eventos**. São Paulo: Atlas, 2008.

RODRIGUES, A. **Turismo modernidade globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

SÁNCHEZ, F. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó, SC: Argos, 2003.

SEABROOK, J. **Ciudades**. Barcelona: Intermón Oxfam, 2008.

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável**. Vol. 1. São Paulo; Aleph, 2000.

ZANELLA, L. **Manual de organização de eventos Planejamento e Operacionalização**. 4ª Ed., São Paulo: 2008.

APÊNDICE I

Consulta encaminhada por e-mail em: 30/06/2010

Respondido em: 30/06/2010

Prezado Dr. Zapata

Considerando as notícias divulgadas recentemente na Copa do Mundo da África do Sul, sobre crimes e a forma como foram julgados, e atenta ao que pode vir acontecer no Brasil em 2014, pergunto: a-) O que são os tribunais de exceção? b-) a partir do texto abaixo, poderiam ser implementados estes tribunais no Brasil durante o evento? c-) Você considera que na África do Sul, estes tribunais existiram? d-) como fica a soberania do Estado brasileiro, para a edição que acontecerá no país?

Caso I - A agência Reuters, noticiou um exemplo ocorrido na Copa do Mundo da África do Sul. Segundo a jornalista Phumza Macanda, um dos casos que chamou a atenção foi protagonizado por uma dupla de zimbabuanos armados que invadiram um hotel no norte de Johannesburgo e levaram laptops, telefones celulares e dinheiro. "Dois dos acusados, Bright Madzidzi, 20, e George Magubane, 28, foram sentenciados a 15 anos de prisão cada pelo assalto a mão armada", disse o comunicado da Estrutura Nacional Conjunta Operacional e de Inteligência. "Ndubuisi Odungwa, 20, nigeriano, foi sentenciado a quatro anos de prisão pela posse de propriedade roubada." O caso foi processado por um dos tribunais criados para fazer justiça rapidamente durante o Mundial.

Caso II - caso do grupo de torcedoras holandesas que, usando vestidos da cor laranja, típica da marca de cervejas Bavaria, concorrente da Budweiser patrocinadora oficial do evento, realizaram uma ação de *marketing* de emboscada no jogo entre Holanda e Dinamarca, no dia 14 de junho. Duas das torcedoras foram presas, interrogadas e tiveram seus passaportes recolhidos, liberadas após pagar fiança de cerca de 1 mil euros. O processo resultou em acordo entre a FIFA e a cervejaria firmado durante o evento que proíbe a empresa de tentar qualquer publicidade no evento até 2022. A informação foi revelada pelo advogado da FIFA para propriedade intelectual, Miguel Portela, que argumenta "é proibida qualquer forma de publicidade em áreas a menos de 1 quilômetro de distância de estádios do Mundial. Apenas patrocinadores oficiais podem fazer anúncios nestas áreas, e eles pagam caro por isso". "Temos que assegurar o direito dos patrocinadores". Os direitos de mídia compõem 60% dos rendimentos da FIFA.

Respostas

a-) Tribunal de exceção é aquele instituído em caráter temporário ou excepcional. Tal corte não condiz com o Estado Democrático de Direito, motivo pelo qual é mais comum em estados ditatoriais.

b-) c-) e d-) No que diz respeito à criação dos tribunais de exceção instituídos na Copa da África do Sul, não há como tecer maiores considerações a cerca da forma como procedeu a Justiça da África do Sul no julgamento dos casos mencionados, haja vista o total desconhecimento da legislação constitucional e infraconstitucional sul-africana.

Todavia, ao ser analisada a questão da criação dos tribunais de exceção no Brasil, verifica-se que a Constituição Federal de 1988, consagra como direitos e garantias fundamentais, normas que tutelam a soberania¹⁸¹, a estrutura social democrática do Estado, e a dignidade da pessoa humana.

Desta forma, o artigo 5º¹⁸², inciso XXXVII¹⁸³, impede a criação de tribunais de exceção, tratando-se, portanto, de um desdobramento da regra da igualdade. Além disso, o artigo 5º¹⁸⁴, inciso LVIII¹⁸⁵ da Constituição Federal, dispõe sobre o princípio do Juiz Natural, que consiste no reconhecimento de que o juiz é aquele investido na função jurisdicional, afastando julgamentos por outro poder.

A criação de tribunais de exceção no Brasil ofende os direitos e garantias fundamentais mencionados, além de violar outros direitos e garantias individuais amplamente asseguradas pela Constituição Federal, tais como: igualdade (art. 5º, caput), ampla defesa e contraditório (art. 5º, inciso LV¹⁸⁶), devido processo legal (art. 5º, inciso LIV¹⁸⁷), inafastabilidade do controle jurisdicional (art. 5º, inciso XXXV¹⁸⁸), entre outros.

¹⁸¹ Princípio fundamental da República Federativa do Brasil, cuja previsão legal encontra-se no artigo 1º, inciso I da Constituição Federal. Segundo o professor Dalmo de Abreu Dallari, em sua obra intitulada Elementos da Teoria Geral do Estado, a soberania é concebida de duas maneiras distintas: “como sinônimo de *independência*, e assim tem sido invocada pelos Dirigentes dos Estados que desejam afirmar, sobretudo ao seu próprio povo, não serem submissos a qualquer potência estrangeira; ou como expressão de *poder jurídico mais alto*, significando que, dentro dos limites da jurisdição do Estado, este é quem tem o poder de decisão em última instância, sobre a eficácia de qualquer norma jurídica”.

¹⁸² Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

¹⁸³ não haverá juízo ou tribunal de exceção;

¹⁸⁴ Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

¹⁸⁵ ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente

¹⁸⁶ aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

¹⁸⁷ ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo legal;

¹⁸⁸ a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

Ademais, vale à pena destacar ainda que a República Federativa do Brasil é signatária de vários diplomas internacionais que visam assegurar e efetivar o princípio do Juiz Natural, a igualdade e a dignidade da pessoa humana. A Declaração Universal dos Direitos Humanos¹⁸⁹ estabelece que:

"toda pessoa tem direito, em condições de plena igualdade, de ser ouvida publicamente e com justiça por um tribunal independente e imparcial, para a determinação de seus direitos e obrigações ou para o exame de qualquer acusação contra ela em matéria penal".

Deste modo, por onde quer que se analise a questão, seja no plano interno como internacional, verifica-se que no atual ordenamento jurídico brasileiro, é vedada qualquer tipo de criação de tribunais de exceção. Com efeito, a permissão deste instituto para o evento da Copa do Mundo no Brasil, poderá representar uma infunda e sofismável permissividade estatal, em detrimento dos interesses da FIFA, bem como uma ofensa ao princípio fundamental da soberania.

Sandor R. D. Zapata

Adv. OAB/SP 288.822

Advogado, Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo, unidade Americana/SP, pós-graduando em Direito e Processo do Trabalho, pela Escola Paulista de Direito – EPD, com experiência jurídica nas searas do Direito e Processo do Trabalho, e Direito e Processo Civil. E-mails: szapata@adv.oabsp.org.br. Endereço comercial: Rua Barão do Triunfo, 1095, Campo Belo, São Paulo/SP, CEP: 04602-004.

¹⁸⁹ Declaração Universal dos Direitos Humanos – adotada e proclamada pela Resolução n. 217A, da III Assembléia Geral das Nações Unidas de 10.12.1948 e assinada pelo Brasil na mesma data.