

LAZER, ECONOMIA E FUTEBOL: AS MUDANÇAS NA PRECIFICAÇÃO DO INGRESSO NO ESTÁDIO MINEIRÃO ENTRE 1994-2018

Felipe Pereira de Queiroz¹

Silvio Ricardo da Silva²

Belo Horizonte, MG, Brasil

RESUMO: O futebol e, mais especificadamente, o torcer em estádios faz parte do imaginário social brasileiro como um lazer tipicamente popular. As discussões, a partir da escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, entorno das transformações que envolveram essa prática pautaram-se na dimensão econômica. O encarecimento no preço do ingresso, mostrou-se como principal razão para uma percepção de elitização e consequente exclusão no torcer em estádios. Diante disso, o presente artigo buscou compreender as mudanças na precificação dos ingressos ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018. Constatou-se que com a reinauguração do Mineirão para Copa do Mundo os preços dos ingressos, que antes apresentavam uma relativa estabilidade entre os diferentes momentos da competição, começaram a funcionar com variações de curto prazo. Os preços tornaram-se dinâmicos, de acordo com a expectativa de público do jogo. A proporção percentual nos aumentos em jogos, ou competições de maior apelo, justifica a percepção de elitização do ponto de vista econômico. Em contrapartida, no cenário agregado, com exceção do triênio 2013-2015, essa percepção é relativizada, na medida em que os preços apresentaram uma equivalência se compararmos o início e o fim da série.

Palavras-chave: Economia do entretenimento. Torcer. Preço do ingresso. Estádios.

LEISURE, ECONOMY AND FOOTBALL: CHANGES IN THE PRICING OF TICKET IN THE MINEIRÃO STADIUM BETWEEN 1994-2018

ABSTRACT: Football and, more specifically, supporting in stadiums is part of the Brazilian social imaginary as a typically popular leisure. The discussions, based on the choice of Brazil as host of the 2014 World Cup, surrounding the transformations that involved this practice, were based the economic dimension. The increase in the price of admission, was shown as the main reason for a perception, of elitisation and consequent exclusion in supporting in stages. Therefore, the present research sought to understand the economic transformations that occurred in the cost of soccer leisure in the Mineirão stadium between 1994 and 2018. It was found that with the re-inauguration of the Mineirão for the World Cup ticket prices, which previously presented a relative stability between the different moments of the competition, began to work with short-term variations. Prices have become dynamic, according to the public expectation of the game. The percentage proportion in increases in games, or competitions of greater appeal, justifies the perception of elitization from an economic point of view. On the other hand, in the aggregate scenario, with the exception of the triennium 2013-2015, this perception is relativized, insofar as prices presented an equivalence if we compare the beginning and the end of the series.

¹ Doutorando (2020) e Mestre (2019) pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais. Integrante do Grupo de Estudo sobre Futebol e Torcida GEFuT/UFMG. Email: felipesocioambiental@gmail.com

² Professor do Departamento de Educação Física EEFfTO/UFMG e Coordenador do Grupo de Estudo sobre Futebol e Torcida GEFuT/UFMG. Email: prof.srs@gmail.com

Keywords: Entertainment economy. Support. Ticket price. Stadiums.

OCIO, ECONOMÍA Y FÚTBOL: CAMBIOS EN EL PRECIO DE LAS ENTRADAS EN EL ESTADIO MINEIRÃO ENTRE 1994-2018

RESUMEN: El fútbol y, más concretamente, la afición en los estadios forman parte del imaginario social brasileño como ocio típicamente popular. Las discusiones, basadas en la elección de Brasil como sede de la Copa del Mundo 2014, en torno a las transformaciones que involucró esta práctica se basaron en la dimensión económica. El aumento del precio del ticket resultó ser el principal motivo de una percepción de elitización y consecuente exclusión de los aficionados de los estadios. Por lo tanto, este artículo buscó comprender los cambios en el precio de las entradas que se produjeron en el costo del ocio futbolístico en el estadio Mineirão entre 1994 y 2018. Se encontró que con la reapertura de Mineirão para el Mundial, los precios de los tickets, que anteriormente presentaban relativa estabilidad entre los diferentes momentos de las competiciones, comenzaron a trabajar con variaciones de corto plazo. Los precios se han vuelto dinámicos, de acuerdo con las expectativas de la audiencia del juego. La proporción porcentual de incrementos en juegos, o competiciones de mayor atractivo, justifica la percepción de elitización desde un punto de vista económico. Por otro lado, en el escenario agregado, a excepción del trienio 2013-2015, esta percepción se relativiza, en la medida en que los precios son equivalentes al comparar el inicio y el final de la serie.

Palabras-clave: Economía del entretenimiento. Afición. Precio de los tickets. Estadios.

Introdução

O futebol e, mais especificadamente, o torcer em estádios faz parte do imaginário social brasileiro como um lazer tipicamente popular. As discussões, a partir da escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, entorno das transformações que envolveram essa prática pautaram-se dentre as diversas questões na dimensão econômica. O encarecimento no preço do ingresso, centralidade do debate, mostrou-se como principal razão para uma percepção, compartilhada nos meios de comunicação, de elitização e consequente exclusão no torcer em estádios.

Dois dessas percepções, que emergem desse cenário, motivaram a construção do problema de pesquisa. A primeira delas foi o debate público sobre o tema elitização e futebol, marcada por um conjunto de opiniões dissonantes envolvendo jornalistas esportivos, torcedores e clubes. A segunda, o debate acadêmico ou sua ausência, em certo sentido, de estudos que se debruçassem quantitativamente, a partir de dados empíricos, sobre o tema.

Ao analisar o conteúdo das discussões, que ora chamo de debate público e acadêmico, nota-se a construção de dois campos temáticos distintos, que se organizam de forma específica na abordagem do tema. O primeiro deles trata de uma análise da elitização do futebol como um fenômeno social, político e econômico de exclusão de um esporte historicamente popular. A economia nesse campo foi muitas vezes tratada mais

qualitativamente ou através de estudos de dados secundários, não produzidos pelo autor. A tese defendida, nesse contexto, trata a elitização como um fato e o tom do debate busca um caminho para resistência desse movimento em curso.

Em contrapartida, existe outro campo de pesquisas que busca respostas na economia para diagnosticar a ineficiência da gestão financeira do futebol brasileiro. O termo muito utilizado é a indústria do futebol e o espetáculo esportivo como um produto que necessita de máxima eficiência e eficácia econômica. Nesses casos, percebe-se a presença de mais análises quantitativas para discutir temas como o marketing esportivo e a gestão dos clubes.

Como foi possível notar, os estudos de uma série histórica do comportamento dos preços dos ingressos em estádio de futebol ainda são inexpressivos. O preço do ingresso é concebido por este artigo como variável central na tomada de decisão de ir ao estádio. A análise quantitativa dessa variável permite, através de fontes oficiais, quantificar as variações econômicas praticadas na oferta do lazer futebolístico no estádio. Essa quantificação amplia as discussões sobre a elitização do futebol e busca mensurar, através de referenciais econômicos representativos, o fenômeno.

Dessa forma, o presente artigo tem por objetivo analisar as transformações econômicas ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018. Para isso, traçou-se o comportamento no preço dos ingressos durante o período correlacionando-o com variáveis econômicas representativas.

Tal perspectiva instiga a interlocução entre os envolvidos na produção do futebol: clubes, administradoras de estádio, poder público, torcedores, federações de futebol e mídia. O agenciamento desses interesses intermediados por relações econômicas é favorecido por pesquisas que dimensionem quantitativamente a experiência do torcer em estádios. Possibilitando um melhor diagnóstico e possíveis tomadas de decisão por esses agentes, gestores e atores do futebol. Além disso, o estudo também contribui para o aumento do debate econômico, a partir de uma análise quantitativa, dentro do campo lazer.

Fundamentação teórica

O referencial teórico da pesquisa buscou correlacionar três conceitos: lazer, emoção e economia do entretenimento. Parte-se da ideia de que o futebol, e mais especificamente o seu fruir em estádios, é um campo de disputa que se insere de forma complexa no contexto social, sendo apropriado de diferentes formas por diferentes sujeitos.

Historicamente, construíram-se representações e imaginários culturais, formações identitárias aliaram-se a projetos políticos em prol de uma brasilidade anunciada, iniciativas mercadológicas e midiáticas emergiram e ganharam força no jogo que se estende para além das quatro linhas. (MAYOR; SILVA, 2014, p.74)

As discussões no campo do lazer que se debruçam na delimitação conceitual do termo são extensas cabendo para o momento a definição de Gomes.

O lazer como uma dimensão da cultura formada por meio das vivências lúdicas de diferentes práticas culturais em um tempo/espaço conquistado pelo indivíduo ou grupos sociais, a partir de relações dialéticas entre as necessidades e obrigações sociais. Além disso, o sujeito é capaz de prover significados às atividades de lazer e aproximar-se da busca da excitação ou prazer (GOMES, 2004).

Desse modo, Lages e Silva (2012, p.10) estabelecem como principal elo entre futebol e o lazer a dimensão da cultura. Esta atua como um ponto de inserção entre as manifestações culturais, dentre elas o futebol, que por sua vez, possibilita diferentes experiências como momentos de lazer.

O campo do lazer apresenta duas dimensões, as quais também se conectam com o futebol: sua característica multidisciplinar e suas possibilidades de apropriação. A cultura, mencionada anteriormente, tem como um dos campos de análise, para se pensar nas conexões com futebol, a emoção. Rezende e Coelho (2010) apresentam uma perspectiva que vincula as emoções à estrutura social, enfatizando em particular seu potencial micropolítico, ou seja, de expor e afetar as relações de poder e hierarquia de um modo amplo.

Partindo desse ponto de vista, os sentimentos envolvidos no futebol são aqui entendidos como tributários das relações sociais e do contexto cultural em que emergem. Essa abordagem contextualista feita por Rezende e Coelho (2010) tem duas preocupações: mostrar como o próprio significado das emoções varia dentro de um mesmo grupo social, dependendo das circunstâncias em que se manifestam, e atentar para as consequências da expressão dos sentimentos nas relações sociais e de poder.

O objetivo dessa discussão para a presente pesquisa é perceber a emoção como uma dimensão da cultura na qual produz significados, os quais são compartilhados por sujeitos em um dado contexto. Esse reconhecimento estruturado em símbolos e ancorado em relações de poder é o eixo principal que conecta futebol, lazer e economia do entretenimento.

O que nos interessa compreender é que a emoção produzida historicamente no futebol ocorreu através das práticas culturais que envolveram o torcer em estádios. Os rituais observados ao longo tempo, construídos a cada jogo, capilarizaram-se dinamicamente de formas distintas em cada momento, para cada torcedor. Entretanto, o fio condutor dessa experiência é a emoção, é através dela que conseguimos pensar nos propósitos envolvidos nesse universo de sujeitos e instituições que se relacionam com futebol.

A economia do entretenimento é um caminho de vanguarda na economia. A sua estruturação como objeto e seus pressupostos epistemológicos compõem o movimento desse campo em formação. Earp (2002) ressalta essa condição e traz as suas impressões do diálogo com o lazer.

(...) mapear alguns traços de um ramo da economia ainda incipiente mas com grande capacidade de expansão. E mais, um ramo que não foi poluído pelo

formalismo da moda, constituindo-se em um espaço intelectual aberto a novos estudos e com fronteiras mal definidas. O escopo da Economia do Entretenimento é tão amplo quanto os estudos encontrados nos congressos de Estudos de Lazer (Leisure Studies) – encontros multidisciplinares, onde a economia tem que lutar por seu lugar (EARP, 2002, p. 17).

Para uma análise microeconômica os conceitos de oferta e demanda na determinação dos preços são úteis para refletir sobre o comportamento das oscilações ao longo de um dado período. Cada setor da economia, sendo o futebol em estádios um deles, apresenta mecanismos próprios de funcionamento e regulação que se relacionam mais ou menos com as variáveis macroeconômicas como a inflação e a renda.

O futebol é um mercado complexo, no qual o isolamento de uma variável, máxima da análise econômica, mostra-se como um desafio para interpretação da formação dos preços. Ao examinarmos a lei da demanda trazida por Mankiw (2001), percebemos que o torcer em estádios apresenta algumas condicionantes como produto de um mercado de serviços de lazer peculiar.

Uma vez que a quantidade demandada cai quando aumenta o preço e aumenta quando o preço cai, dizemos que a quantidade demandada se relaciona negativamente com o preço. Esta relação entre preço e quantidade demandada é válida para maioria dos bens, e de fato é tão disseminada que os economistas a chamam de a lei da demanda: tudo o mais mantido constante, quando o preço de um bem aumenta, a quantidade demandada cai (MANKIW, 2001, p.68).

Mankiw (2001), quando exemplifica esse conceito, dá o exemplo do sorvete como bem a ser analisado. Nesse caso, o sorvete comporta-se como um produto genérico que se altera pouco ao longo do tempo. Ou seja, se pensarmos no produto em si, ele transforma-se pouco na perspectiva do usuário final em momentos diferentes do ano. O clima pode influenciar, ou alguma inovação pontual, mas o fato é que esse mercado equilibra-se de uma maneira na qual o teor do produto não influencia tanto no equilíbrio dos preços.

O preço de equilíbrio, a quantidade do bem que os compradores desejam e podem comprar é exatamente igual à quantidade que os vendedores desejam e podem vender. O preço de equilíbrio é às vezes chamado de preço de ajustamento de mercado porque a este preço todo mercado foi atendido (MANKIW, 2001, p.80).

A oferta será objeto de análise posterior, nos importa nesse momento olhar para demanda. O futebol como bem ou produto de um mercado tem sua curva de demanda³ deslocada ou influenciada por diversos fatores intrínsecos. Dois deles nos parecem

³ A curva da demanda mostra o que acontece com a quantidade demandada de um bem quando seu preço varia, mantidos constantes todos os outros determinantes da demanda. Quando um desses determinantes muda, a curva da demanda se desloca (MANKIW, 2001, p.72).

importantes de ressaltar.

O primeiro é o grau de engajamento do torcedor com o clube que dialoga com que Mankiw (2001) vai chamar de *gostos*⁴. Algumas pesquisas buscaram aferir quantitativamente essa relação⁵. Apesar da dificuldade de constatar empiricamente e objetivamente a partir de dados quantitativos, o que se percebe é uma relação positiva entre estas duas variáveis, ou seja, quanto maior o engajamento, maior a demanda esperada.

O segundo fator relaciona-se com o que o Mankiw (2001) vai chamar de *expectativas*⁶. Podemos inferir correlacionando as variáveis que compõe um gráfico de público e preço médio. Quando a expectativa da partida for maior, a curva da demanda é deslocada para a direita, ou seja, os compradores estão mais dispostos a pagar um valor maior por esse jogo.

Entretanto, esse cenário também é influenciado pela variável renda, tratando-se de um produto restrito ao número de lugares do estádio, o grau de deslocamento da curva de demanda é também influenciado pela limitação da renda dos compradores (torcedores).

Dependendo do ajuste feito no preço para equilibrar no curto prazo a demanda, influenciada por uma expectativa maior, a diferença de renda dos compradores (torcedores) pode gerar exclusão. Ou seja, se os compradores num universo de todos os torcedores são em sua maioria, mais de 60%, pessoas com renda de até um salário mínimo e a oferta é limitada a 65.000 lugares – o que se espera é um tensionamento desigual de classe. Existem no universo de milhões de torcedores 65.000 compradores capazes de suportar o deslocamento da curva da demanda, entretanto, esse processo pode excluir economicamente grande parte dos outros torcedores, ou mesmo produzir um o que a economia chama *tradeoff*.

O conceito econômico de escassez parte do pressuposto que os recursos disponíveis – no nosso caso a renda do torcedor - são limitados e que as pessoas tomam decisões racionais. Dessa forma, Mankiw (2001) define *tradeoff* como situações em que existe um conflito, em que a escolha de uma coisa implica em não ter ou fazer a outra, gerando às vezes um problema ao se colocar em prática uma determinada solução.

Um exemplo do autor é o clássico *tradeoff* entre “armas e manteiga”, no qual um

⁴ *Gostos* – O mais óbvio determinante para a sua demanda são seus gostos. Se você gosta de sorvete, você compra mais. Os economistas, em geral, não tentam explicar os gostos das pessoas, porque estes se baseiam em forças históricas ou psicológicas que estão fora do campo de estudo da economia. Todavia, os economistas examinam o que acontece quando os gostos mudam (MANKIW, 2001, p.68).

⁵ GIOVANNETTI, Bruno; ROCHA, Bruno de Paula; SANCHES, Fábio Miessi; SILVA, José Carlos Domingos da. Medindo a fidelidade das torcidas brasileiras: uma análise econômica no futebol. **Revista Brasileira de Economia** (Impresso), v. 60, p. 389-406, 2006.

⁶ *Expectativas* - Suas expectativas quanto ao futuro podem afetar sua demanda por um bem ou serviço hoje. Por exemplo, se você tem a expectativa de obter uma renda maior no mês que vem, pode decidir economizar menos e gastar mais na compra de sorvete. Se você espera que o preço do sorvete diminua amanhã, pode estar menos disposto a comprar sorvete ao preço de hoje (MANKIW, 2001, p.69).

país deve decidir em investir em um ou outro. Quanto mais for gasto em defesa nacional para proteger o país de agressores (armas), menos se pode gastar com bens pessoais para aumentar o padrão de vida (manteiga). O autor ainda ressalta que o fato de reconhecer que as pessoas enfrentam inúmeros *tradeoffs* não nos diz, por si só, que decisões tomarão ou desejarão tomar.

Esses conflitos na escolha de uma determinada situação são analisados do ponto de vista econômico a partir do conceito de custo de oportunidade, que é aquilo que se abre mão para obter aquele item.

Pegemos como exemplo atual o torcedor e o preço do ingresso. Sendo a renda limitada, o custo de oportunidade na compra do ingresso e na ida ao estádio está ligada ao que se deixa de consumir e o tempo que se gasta para tal fim, respectivamente. Um dos objetivos de analisar o preço do ingresso durante vinte quatro anos é quantificar economicamente esse custo de oportunidade envolvido na tomada de decisão de ir ao estádio.

Ainda que do ponto de vista da expectativa e do gosto um torcedor demande aquela partida e que ele esteja disposto a alocar mais recursos do que usualmente o faz, alguns movimentos de preço serão compatíveis apenas quando essas duas variáveis da demanda se somem à terceira, a renda.

Metodologia

O presente artigo tem como recorte espacial proposto, o estádio, sendo objeto de investigação os desdobramentos econômicos do fruir do lazer futebolístico nesse contexto. Entretanto, reconhece-se que essa expressão de lazer acontece em outros espaços no âmbito público e privado – bares, casa, smartphones – mas que é na origem da produção do espetáculo que a pesquisa buscou compreender suas transformações.

O estádio escolhido foi o Mineirão, o qual compartilha com o Independência, durante todo recorte temporal, o espaço de Belo Horizonte para realização das partidas oficiais de futebol. O objetivo de restringir a análise para o estádio Mineirão trata-se de uma adequação à sua representatividade no cenário esportivo local e nacional, assim como na centralidade que exerce nas transformações envolvendo os megaeventos.

O recorte temporal proposto foi o intervalo dos anos entre 1994 e 2018, no qual se iniciou o plano real. Nesse período o futebol vivia um momento de transição influenciado por um movimento internacional de reestruturação do esporte. O ciclo de análise termina no fim do período máximo de coleta e tabulação dos dados da presente pesquisa.

O intuito foi trabalhar com uma série histórica que permitisse monitorar as transformações vivenciadas pelo futebol nos últimos anos, como é o caso dos megaeventos esportivos. Além de compreender comparações observadas no debate público e no imaginário social construído de um futebol popular nos anos 1990, que foi se transformando no início dos anos 2000 até a discussão da elitização pós-reforma para os

megaeventos esportivos.

No âmbito empírico, a pesquisa pretendeu, a partir da variável preço do ingresso, construir um desenho da evolução do custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão. Esse parâmetro econômico é o elemento central demonstrativo na composição do custo, sendo possível notar outros como transporte, alimentação e bebidas – mas que estariam sobre um regime e influência de flutuações macro e microeconômicas diferentes, as quais distanciam-se do escopo proposto e, portanto, não foram analisados.

O preço dos ingressos foi analisado a partir de alguns critérios que consideram a diversidade do espetáculo esportivo em seu âmbito espacial e econômico. Para tanto, identificou-se o comportamento dos preços em competições estaduais, nacionais e internacionais. Além das fases, momentos diferentes na competição. O objetivo dessas escolhas foi compreender a produção do espetáculo esportivo e seu direcionamento econômico no acesso a certos tipos de emoção, baseado em diferentes momentos de maior e menor apelo de público.

A fonte utilizada para consulta das informações tabuladas foram as fichas técnicas, conhecidas como Borderôs. Esses documentos estavam disponíveis no site oficial do Estádio Mineirão no subitem – ficha técnica – dentro da aba “O Mineirão”.

Considerou-se para esta pesquisa todo o universo de jogos oficiais envolvendo os times nacionais como mandante da modalidade esportiva futebol profissional jogado por homens. O banco de dados explorado reúne informações sobre 1175 partidas oficiais entre 1994 e 2018. Destaca-se a ausência de observações nos anos de 2011 e 2012, quando o estádio estava fechado para reforma.

A escala temporal definida associada aos recursos estatísticos e de representatividade percentual permitiram uma análise comparativa do período. As variações de preços observadas ao longo dos anos foram associadas às duas variáveis econômicas que nos permitiram comparação. A primeira delas foi salário mínimo, que dimensiona o comportamento dos preços a partir de um parâmetro representativo à pesquisa – dado que estamos tratando de um lazer historicamente popular. Além disso, o salário mínimo representa a renda média de aproximadamente 60% dos brasileiros.

A segunda delas, a inflação, teve como referência do comportamento médio do aumento de preços da economia brasileira, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), o índice oficial mais utilizado. Nesse caso, o intuito foi perceber as diferenças entre os valores reais (preço médio do ingresso corrigido pela inflação) e os valores nominais (preço médio do ingresso registrado).

A metodologia utilizada para analisar os dados registrados no banco de dados foi a estatística descritiva. O método consiste em um conjunto de ferramentas que possibilitam o resumo, organização e descrição das variáveis observadas. Essas análises podem ser aplicadas individualmente, ou na comparação de grupos.

No desenvolvimento do trabalho foi utilizado o software estatístico R, sendo essencial o emprego de dois pacotes: ‘ggplot2’ e ‘deflateBR’. O primeiro aprimorou a

construção dos gráficos e o segundo possibilitou os cálculos de ajuste financeiro envolvendo o IPCA.

Apresentação e discussão dos resultados

As informações geradas a partir do conteúdo do banco de dados foram organizadas em gráficos. A lógica de apresentação foi partir dos dados mais agregados para os campeonatos específicos. Separado por temas de análise, os subitens compartilham quatro gráficos tendo como base o preço médio dos ingressos⁷ e o público presente: porcentagem do salário mínimo, preço médio dos ingressos corrigidos pela inflação ano a ano x preço médio dos ingressos reais (praticados), inflação ano base 2018 e média de público por jogo.

A porcentagem do salário mínimo em cada cenário teve intuito de discutir, a partir de uma variável de renda, a proporção média representativa da escolha econômica na fruição do lazer esportivo.

O segundo grupo de gráficos buscou comparar o comportamento do preço médio do ingresso, a partir de 1994, considerando o preço praticado e o preço hipotético se os mesmos fossem corrigidos ou indexados ao IPCA (inflação). O objetivo desses gráficos foi compreender como a microeconomia do futebol, mais especificadamente o preço do ingresso, relaciona-se com o mercado amplo. O quanto o futebol é sensível ao comportamento geral da economia.

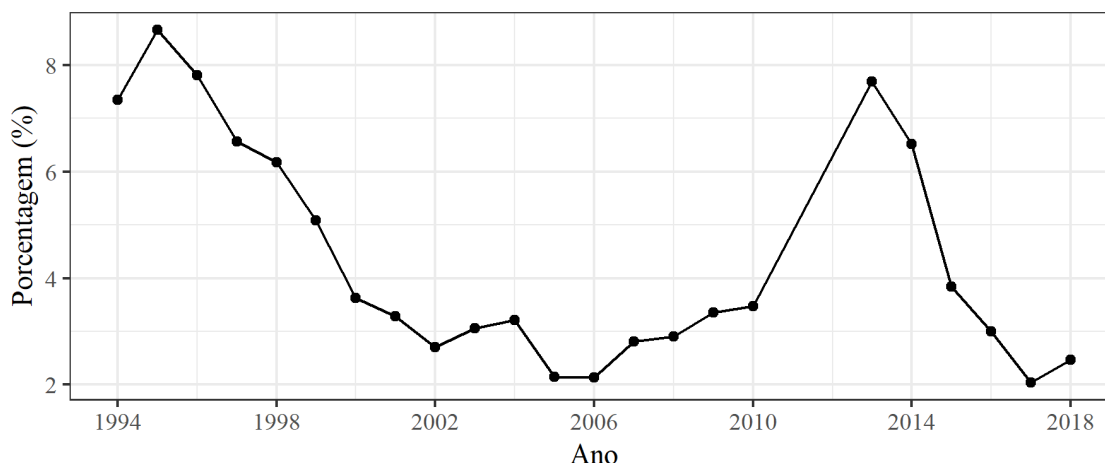
Os gráficos denominados “inflação ano base 2018” tiveram o intuito de trazer para percepção do ano de 2018 o preço praticado dos ingressos ao longo de todo período. Cabe ressaltar que esses preços devem ser relativizados em certo sentido pelas pequenas distorções econômicas envolvidas na correção apenas pela inflação agregada e na percepção individual presente na microeconomia. Entretanto, essas informações cumprem o propósito de materializar a discussão de uma forma mais representativa para o torcedor.

E, por fim, a média de público presente, além de compor o cálculo do preço médio dos ingressos, também é objeto de análise. O objetivo foi quantificar a demanda, ou seja, durante o período estudado quantas pessoas foram ao estádio. Sendo possível pensar sobre a oferta de lugares no estádio e um índice médio de ocupação.

⁷ Verificou-se em alguns jogos o lançamento do *público pagante* e *presente* e alguns casos apenas *público*. Analisando as informações disponíveis nos Borderôs sugere-se que este dado, quando não explícito, trata-se do público presente. A justificativa para essa interpretação parte da análise do preço médio comparando público e renda, na medida em que alguns jogos o preço médio dos ingressos é inferior ao valor do ingresso mais barato. Considerando o volume dos dados e a série temporal, essas pequenas diferenças, limitadas pela própria disponibilidade da fonte oficial, não influenciam nos resultados da pesquisa. Portanto, o preço médio é uma razão da arrecadação total da partida com o público presente. É importante ressaltar que a diferença do público presente e do público pagante não é representativa no contexto da análise dos dados agregados. A adoção dos mesmos critérios para toda série histórica possibilitou as comparações temporais feitas. Além disso, a pesquisa busca analisar majoritariamente movimentos gerais e flutuações percentuais e não valores absolutos unitários.

GRÁFICO 1 – Porcentagem do Salário Mínimo que o Ingresso Representa

Porcentagem do Salário Mínimo que o Ingresso Representa



Fonte: Arquivos do autor

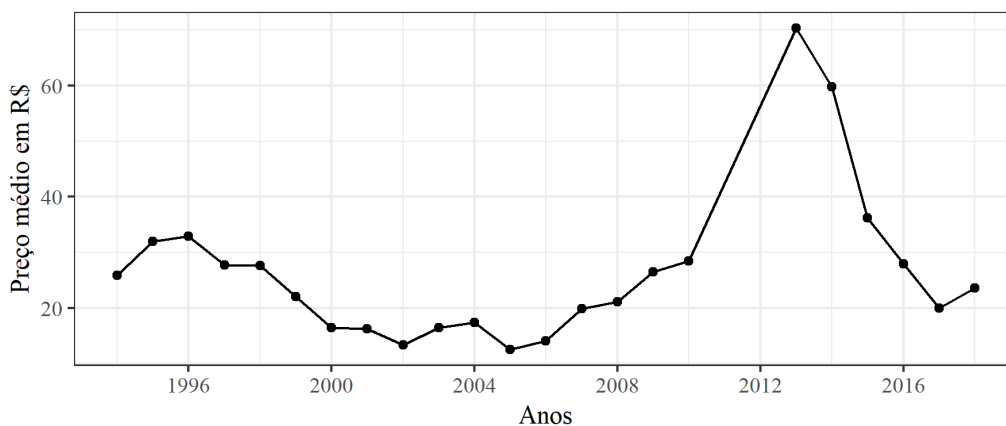
Quando comparado o preço médio do ingresso em relação ao salário mínimo, destaca-se a alta proporção nos anos iniciais do estudo. Via de regra, o valor médio pago por jogo sempre representou menos que 10% do valor do salário mínimo.

A composição do gráfico 1 indica alterações que são resultado da mudança na relação entre as variáveis que o compõe. No período entre 1994 e 2006 observa-se uma queda sistemática que, quando desagregada, justifica-se pelo aumento do salário mínimo. O segundo movimento, observado a partir de 2010, já é determinado pela variação dos preços dos ingressos.

Se analisada a taxa de variação por ano é possível notar que do ano de 2010 para 2013 a porcentagem que o preço médio representava no salário mínimo cresceu muito mais rápido do que nos anos anteriores, período no qual ocorreu as obras da reforma do Mineirão para Copa do Mundo, sendo sua reinauguração no início de 2013.

GRÁFICO 2 – Inflação Ano Base 2018

Inflação Ano Base 2018



Fonte: Arquivos do autor

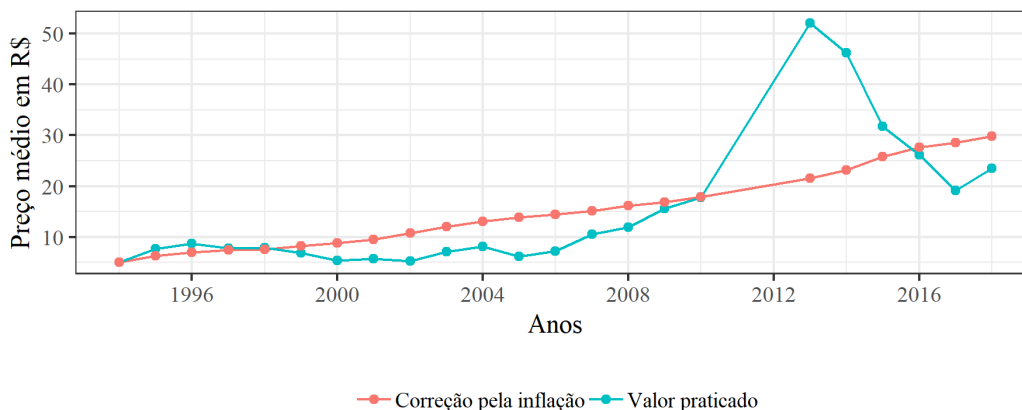
De um modo geral, o preço médio dos ingressos a cada ano da série ajustado para o ano base de 2018 manteve-se abaixo de R\$ 40,00, tendo como exceções os anos de 2013 e 2014. Apesar da inflação ser uma variável econômica representativa, outros parâmetros envolvem a percepção do torcedor no custo do lazer futebolístico em estádios – como renda, expectativa e vínculo clubístico.

Se separados por quadrantes, a partir do comportamento, percebemos um movimento de queda sistemática até os anos 2000. A partir de então, um período de sete anos onde os ingressos mantêm-se proporcionalmente em seus menores patamares. Em sequência um aumento até 2013, quando atinge o seu ápice e inicia-se um novo ciclo de queda. O final da série mostra uma aproximação dos valores praticados sobre esse análise com o início do período observado.

Nota-se que a partir dos anos 2000 o salário mínimo começa a crescer acima da inflação, o que gera um aumento no poder de compra real e, possivelmente, uma percepção de maior acessibilidade aos jogos do ponto de vista econômico.

GRÁFICO 3 – Comparação entre o preço médio dos ingressos

Comparação entre o preço médio dos ingressos



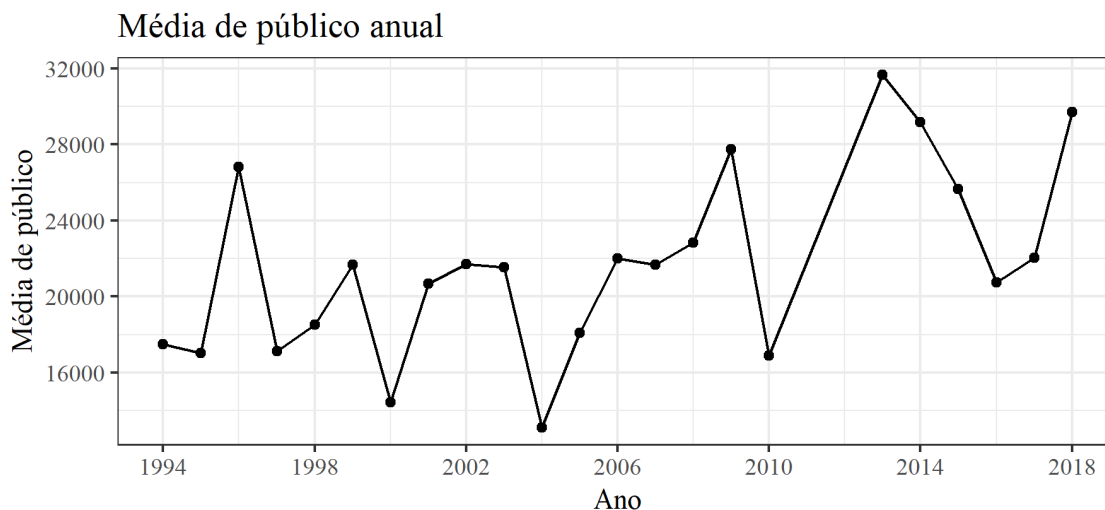
Fonte: Arquivos do autor

No início do período de interesse, o valor do ingresso corrigido pela inflação revela-se bem próximo do valor praticado. A partir de 2000, houve uma maior diferença, ainda pequena, sendo o valor praticado menor do que o valor corrigido pela inflação. Em 2013, esse cenário é alterado, apresentando maior diferença entre as curvas. De 2016 a 2018, o comportamento volta a ser como no período dos anos 2000.

O comportamento após 2013 foi uma correção sistemática em quedas progressivas até 2018, quando então percebe-se um aumento que se aproxima da série histórica corrigida pela inflação. Esse movimento é coincidente à oscilação do público presente observada nesse mesmo período, como veremos a seguir na taxa ocupação dos estádios.

Entretanto, observou-se duas diferenças mais notórias: o valor absoluto da média cai em alguns anos, principalmente a partir de 2013 e os preços dos ingressos continuam em declínio após 2013, sem uma movimentação de correção em direção à inflação. A primeira pode ser explicada pelo preço dos ingressos de competições de maior apelo ou de estrutura eliminatória, como a Copa do Brasil e Libertadores. A segunda, pelo aumento progressivo de adesão aos programas de sócio torcedor que criam, com a fidelização e descontos direcionados. Com isso, jogos de menor apelo do campeonato brasileiro têm sido alvo, desde 2017, principalmente pelo Cruzeiro, de uma política de preços mais dinâmica. Para efeito comparativo, o Cruzeiro tinha, no início de 2013, 16.500 sócios torcedores ativos e, em 2018, 53.496 – um aumento de aproximadamente 224%.

GRÁFICO 4 – Média de público anual



Fonte: Arquivos do autor

A média de público anual oscilou frequentemente entre os anos de 1994 e 2018. Sendo observado correlações que envolvem política de preços, performance da equipe e campeonatos disputados no ano. Quando pensamos em uma série histórica agregada, são limitadas as inferências gerais que não incorram em análises de casos específicos de campeonatos, ou por um período anual da equipe. Entretanto, o que podemos notar é que nos registros de maior média histórica – os anos de 2013, 2014, 2018 – a ocupação média

não atinge 50% da disponibilidade do estádio. Se considerarmos a média mais observada e levar em conta a redução da disponibilidade de lugares após a reforma, as médias não ultrapassam 30%.

Os dados apresentados nos permite avançar um pouco mais nas relações entre economia, futebol e o torcer. Para este momento, dois gráficos nos interessam: inflação ano base 2018 e a comparação do valor real e do valor nominal. Quando analisamos o gráfico geral agregado, percebemos que o comportamento do preço médio dos ingressos ao longo dos anos não apresenta, a princípio, correlações diretas com a inflação. Entre o período de 1994 e 1999 o comportamento dos preços e a inflação tiveram uma correspondência.

Um motivo para isso pode ser explicado pela proximidade do início do plano real e estabilização de alguns preços, assim como pela própria metodologia de utilizar o ano de 1994 como ano base. Com tempo, a inflação e o comportamento setorial dos preços, no caso dos ingressos, começa a se distanciar pelas peculiaridades desse mercado microeconômico e sua baixa correlação na formação de preços com o contexto macroeconômico. Como exemplo de setores mais correlacionados com este cenário mais amplo da economia, podemos citar o preço de *commodities* ou mesmo os produtos que são diretamente influenciados por impostos setoriais que sofrem isenções para estímulo ao consumo. Como é o caso do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

Durante dez anos (1999-2008) o preço do ingresso mostra-se inferior se comparado com IPCA. Isso significa que, durante esse período em relação à média dos preços praticados ao consumidor, o futebol se comportava como um bem que se tornava mais barato com o tempo. Essa percepção pode ser observada pelo próprio consumidor quando avaliamos a proporção do ingresso no salário mínimo em queda desde o início da série.

A reta ascendente que começa em 2007 e atinge seu máximo em 2013, com preço médio dos ingressos custando acima dos R\$ 50,00, marca um período no qual a inflação agora é um parâmetro que gera uma percepção inversa. Nesse momento, se olharmos para inclinação da reta da inflação percebemos que ela é menor do que a dos preços praticados. Ainda que até 2010 os preços permaneçam abaixo ou equivalentes à inflação histórica, a percepção de encarecimento pode ser observada pelo consumidor pela acintosidade do aumento.

O tempo é uma variável fundamental para pensarmos a reação do consumidor. Ainda que no longo prazo possa existir uma coincidência no final do período estudado dos preços praticados versus os preços corrigidos pela inflação, o comportamento das variações ao longo do tempo é que determinam a percepção. Os preços praticados posicionaram-se de maneira deflacionária durante um período, mas o que pode ter determinado a reação dos consumidores e do próprio debate público e privado foram as oscilações abruptas.

Conforme o gráfico 3, a diferença é um fator relevante quando discutimos essa

comparação dos preços médios. Comparativamente falando, poucos produtos e serviços comportaram-se dessa forma entre 2010 e 2013 no consumo do brasileiro médio.

Sendo assim, o aumento do preço médio dos ingressos após a reinauguração do Mineirão em 2013 talvez seja o ponto crucial na percepção da elitização do futebol do ponto de vista econômico. Se em 2010 o preço médio era de R\$ 17,10 e 2013 foi para R\$ 52,10 – houve um aumento percentual de quase 200%. E se tratando do estádio Mineirão, o impacto do torcedor, levando em conta o período fechado, foi ainda mais contundente. Se pensarmos o torcedor que foi ao jogo Atlético e Ceará no dia 06/06/2010 – último jogo antes da reforma – e retornou ao Mineirão no dia 03/02/2013 para assistir Cruzeiro e Atlético – qual seria sua percepção diante das mudanças no preço dos ingressos? A presente reflexão parte de uma dimensão restrita ao universo econômico, reconhecendo que outras variáveis contribuem para essa percepção. Como, por exemplo, a expectativa gerada pela ausência de jogos por mais de dois anos no estádio Mineirão ou a pela própria reinauguração.

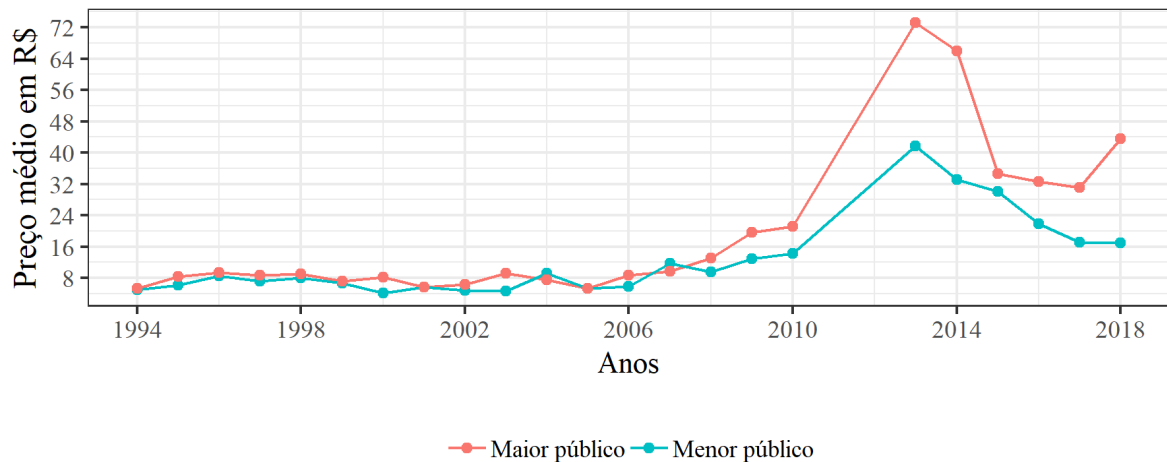
Quando analisamos os gráficos desagregados, que consideram cada campeonato separadamente, compreendemos melhor que essa coincidência atual no preço médio dos ingressos e o valor corrigido pela inflação devem ser ponderados. O que os dados demonstram é uma relação inferior dos preços do campeonato brasileiro e do campeonato mineiro em relação ao corrigido conforme a inflação. Já a Copa do Brasil e a Libertadores comportam-se de maneira inversa, como também observado nos gráficos de inflação ano base 2018.

Quando conjugamos a análise dos gráficos, geral e específicos, das duas modalidades citadas acima – ano base 2018 e correção pela inflação – percebemos que a tese de que vivemos o futebol mais caro e elitizado da história mostra-se incompatível com os dados. Ainda que ponderações sejam necessárias, como o sócio torcedor, a série histórica atenua essas afirmações, quando desconsideramos o triênio pós Copa do Mundo.

Entretanto, os dados considerados para gerar todos os gráficos agregados tratam de um somatório geral de todas as modalidades competitivas específicas. Essa afirmação acima com relação às diferenças do que foi esperado no debate público e privado, precisa ser ponderada. Um movimento de desagregar os dados e correlacioná-los de maneira a capturar comportamentos que envolvem momentos de maior apelo e emoção envolvidas mostraram-se necessários. Para tanto, optou-se por trazer dois gráficos que podem ampliar esse debate em cima dos preços dos ingressos.

GRÁFICO 5 – Preço médio do ingresso de acordo com o público

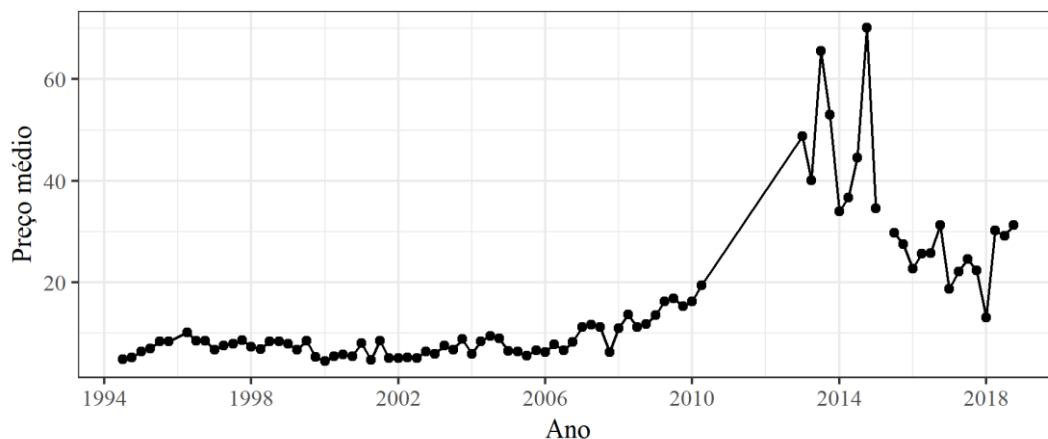
Preço médio do ingresso de acordo com o público



Fonte: Arquivos do autor

GRÁFICO 6 – Preço médio por trimestre

Preço médio por trimestre



Fonte: Arquivos do autor

O primeiro gráfico foi gerado utilizando o preço médio dos dez maiores públicos do ano e dos dez menores. O objetivo foi avaliar o comportamento dos ingressos em momentos diferentes das competições que geraram maior demanda e consequente emoção esperada envolvida. O segundo foi resultado da formação de preços ao longo dos trimestres, no qual mantém a estratégia de monitorar o preço dos ingressos em fases diferentes dos campeonatos.

Ambos os gráficos demonstram que no período pós-copa o regime de preços mudou. Se até 2010 o preço dos ingressos variava pouco em momentos diferentes da competição, esse regime estável reconfigura-se em uma nova dinâmica fluante. Essas assimetrias, em alguns momentos, demonstram variações consideráveis entre jogos de menor apelo e maior. Além dos gráficos, o comportamento do desvio padrão – ao longo do

período – também corrobora essa conclusão.

É importante ressaltar que em jogos de maior público duas variáveis influenciam no aumento do preço médio dos ingressos. A primeira é o próprio aumento do preço dos ingressos em cada lugar do estádio. A segunda é o preenchimento de setores de maior valor que usualmente não são ocupados em jogos menores. Como a metodologia foi aplicada da mesma forma para todos os anos, em uma análise comparativa, esse segundo parâmetro não influencia nas conclusões.

Conclusão

A presente pesquisa buscou compreender as transformações econômicas ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018, mais especificamente a precificação dos ingressos. Para isso, traçou-se o comportamento no preço dos ingressos durante o período correlacionando com variáveis econômicas representativas, além de registrar a taxa ocupação do estádio durante o período analisado.

Algumas constatações foram identificadas como mais relevantes na explicação das transformações ocorridas no custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão. A primeira delas trata da relação da macroeconomia com o mercado de ingressos. A baixa correlação com a inflação observada permite inferir que o preço dos ingressos é pouco influenciado pelo comportamento geral dos preços do mercado.

O funcionamento microeconômico explica algumas transformações, como a política de preços dinâmicos observados após 2013. Constatou-se que com a reinauguração do Mineirão para a Copa do Mundo os preços dos ingressos que antes apresentavam uma relativa estabilidade entres os diferentes momentos da competição, começam a funcionar com variações de curto prazo com preços dinâmicos de acordo com a expectativa de público do jogo ou da competição.

Do ponto de vista econômico, estes são os fenômenos empíricos a serem destacados para essa percepção: as observações de relativo aumento geral nos preços dos ingressos antes e depois da Copa do Mundo, a elevação dos preços em momentos de maior apelo em proporções diferentes da observada entre 1994 e 2010.

O que se percebe nesse cenário, para além das constatações apresentadas, é uma incongruência entre os valores de um futebol que se propõe cada vez mais mercantilizado e a esperada preponderância de uma racionalidade econômica. No cenário analisado nem se valoriza adequadamente a dimensão histórica e cultural do torcer e nem obtém-se uma transformação efetiva no modo de gerenciar economicamente o futebol.

Ainda que se observa um resultado na arrecadação e, sendo o futebol um bem, será que do ponto de vista econômico ele está operando em sua maior eficiência e eficácia? Será que essa adequação à lógica da teoria dos preços, de uma avaliação de curto prazo de oferta e demanda a partir da expectativa e do apelo emocional envolvida em uma partida é a mais efetiva? O que podemos aprender com a experiência do próprio futebol brasileiro

e a experiência empírica do estádio Mineirão? Como modelos europeus devidamente pensados em seus respectivos cenários podem influenciar positivamente e de maneira crítica nosso cenário atual de baixa taxa de ocupação dos estádios? Como adaptar e extrair o melhor das peculiaridades de cada campeonato com uma política de preços dinâmica coerente?

Tais perguntas instigam o debate necessário entre os envolvidos na produção do futebol: clubes, administradoras de estádio, poder público, torcedores, federações de futebol e mídia. Todos esses atores exercem influência no campo do futebol e têm objetivos diferentes e em comum que podem ser compatibilizados.

O agenciamento desses interesses intermediados por relações econômicas é favorecido por pesquisas que dimensionem quantitativamente a experiência do torcer em estádios, possibilitando um melhor diagnóstico e possíveis tomadas de decisão por esses agentes, gestores e atores do futebol.

Este é um trabalho que se propõe a ser um diagnóstico de um fenômeno, que apesar de não focar em estudos de cenários ou soluções possíveis, anuncia com os próprios resultados possibilidades. Outras pesquisas são necessárias para ampliar e aprofundar esse importante debate.

REFERÊNCIAS

- EARP, F.S.S. O que é economia do entretenimento? *In*: _____. (Org.). **Pão e Circo**. Fronteiras e perspectivas da economia do entretenimento. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002. p. 17-40. Disponível em: http://www.ie.uff.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/o_que_e_a_economia_do_entret_enimento.pdf
- FARIAS, A. M. L.; LAURENCEL, L. C. **Estatística Descritiva**. 2000. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional - Apostila). Disponível em: <http://www.professores.uff.br/anafarias/mmaterail-didatico/>. Acesso em: 06 de junho de 2019.
- GIOVANNETTI, Bruno; ROCHA, Bruno de Paula; SANCHES, Fábio Miessi; SILVA, José Carlos Domingos da. Medindo a fidelidade das torcidas brasileiras: uma análise econômica no futebol. **Revista Brasileira de Economia** (Impresso), v. 60, p. 389-406, 2006.
- GOMES, C. L. Lazer – Concepções. *In*: _____. (Org.). **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- LAGES, C D. M; SILVA, S. R. Futebol e lazer: diálogos e aproximações. **Licere** (Centro de Estudos de Lazer e Recreação. Online), v. 15, p. 1-13, 2012.
- MAYOR, S. T. S.; SILVA, S. R. Os discursos governamentais nas estratégias de reformado Novo Mineirão: modernização e tradição no jogo que acontece fora das quatro linhas.

Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, v. 14, p. 57-77, 2014.

MANKIW, N.G. **Introdução à economia**: princípios de micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, M. C. P. **Antropologia das emoções**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2010. 136 p. Edição do Kindle.

Endereço para correspondência

Rua Q, 585
Recanto da Lagoa, Lagoa Santa - MG
CEP 33400-000

Recebido em:
27/08/2020
Aprovado em:
14/07/2021