

O ESTÁDIO DE FUTEBOL: perspectivas históricas, políticas e econômicas sobre este espaço de prática futebolística

Danilo Lutiano Valerio¹

Marco Antonio Bettine de Almeida²

São Paulo, SP, Brasil

RESUMO: O artigo a seguir se apresenta como uma revisão de literatura sobre a questão histórica que envolve os estádios brasileiros de futebol desde o seu surgimento. Ao apreendermos as problemáticas tratadas no texto de acordo com o referencial teórico utilizado para tal, nota-se que estas possuem um amplo campo de investigação a ser explorado. Defronte desta perspectiva de análise é possível afirmar que a edificação dos estádios brasileiros se deu por fases, as quais apresentaram características distintas. A construção destas praças futebolísticas começa já no início do século passado e vai ganhando contornos diferentes com o passar dos anos, o que nos permite fazer um paralelo da concepção dos estádios no Brasil com a própria história do futebol por aqui. Pode-se observar que o estádio de futebol foi e continua sendo uma importante peça na engrenagem econômica dos clubes de futebol, pois estes são aparelhos geradores de ativos financeiros. É factível registrar que estes empreendimentos futebolísticos hoje podem ser explorados de diversas maneiras, gerando receitas aos proprietários destes espaços esportivos não mais somente da venda de ingressos das partidas de futebol como era no passado.

Palavras-chave: Estádio de Futebol. Aspectos históricos. Dimensões econômicas.

THE SOCCER STADIUM: historical, political and economic perspectives on this space of soccer practice

ABSTRACT: The following article is presented as a review of the literature on the historical issue involving Brazilian football stadiums since its inception. When we grasp the problems dealt with in the text according to the theoretical framework used for this, we can see that they have a wide field of research to be explored. In front of this perspective of analysis, it is possible to affirm that the construction of the Brazilian stages was in phases, which presented different characteristics. The construction of these soccer squares begins at the beginning of the last century, and has gained different contours over the years, which allows us to parallel the conception of stadiums in Brazil, with the history of football here. It can be observed that the

¹ Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. Programa de Pós-graduação em Ciências da Atividade Física. Área: Atividade Física para Promoção do Lazer. Email: danilo.valerio@usp.br

² Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo. Programa de Pós-graduação em Ciências da Atividade Física. Área: Atividade Física para Promoção do Lazer. Email: marcobettine@gmail.com

football stadium was, and continues being an important piece in the economic gear of football clubs, as these are devices that generate financial assets. It is possible to record that these football ventures today can be exploited in different ways, generating revenue to the owners of these sports venues not only from the sale of football tickets as it was in the past.

Keywords: Soccer Stadium. Historical aspects. Economic dimensions.

ESTADIO DE FÚTBOL: Perspectivas históricas, espacio político y económico de esta práctica de fútbol

RESUMEN: El artículo siguiente se presenta como una revisión de literatura sobre la cuestión histórica que involucra a los estadios brasileños de fútbol desde su surgimiento. Al aprehender las problemáticas tratadas en el texto de acuerdo con el referencial teórico utilizado para ello, se nota que éstas poseen un amplio campo de investigación a ser explorado. En esta perspectiva de análisis, es posible afirmar que la edificación de los estadios brasileños se dio por fases, las cuales presentaron características distintas. La construcción de estas plazas futbolísticas comienza ya a principios del siglo pasado, y va ganando contornos diferentes con el paso de los años, lo que nos permite hacer un paralelo de la concepción de los estadios en Brasil, con la propia historia del fútbol por aquí. Se puede observar que el estadio de fútbol fue, y sigue siendo una importante pieza en el engranaje económico de los clubes de fútbol, pues estos son aparatos generadores de activos financieros. Es factible registrar que estos emprendimientos futbolísticos hoy pueden ser explotados de diversas maneras, generando ingresos a los propietarios de estos espacios deportivos no sólo de la venta de entradas de los partidos de fútbol como era en el pasado.

Palabras-clave: Estadio de Fútbol. Aspectos históricos. Dimensiones económicas.

Introdução

Diante dos megaeventos que ocorreram no Brasil nos últimos anos, a Copa do Mundo (CM) em 2014, e os Jogos Olímpicos de Verão (JO) no Rio de Janeiro em 2016, novos aparelhos esportivos foram construídos para atender as demandas destes principais espetáculos esportivos contemporâneos. Por consequência, emergiu-se no Brasil um período onde foram erigidos inúmeros estádios de futebol que seriam os palcos que acomodariam as partidas da maior competição mundial entre Seleções Nacionais.

Diversos autores se debruçaram sobre essa temática de estudo e buscaram analisar os diversos impactos que a edificação destes novos equipamentos iria trazer para o país em seu âmbito político, social, e, principalmente, econômico. Podemos citar o texto de Domingues, Junior e Magalhães (2011) que analisou de que modo os investimentos realizados para a concepção dos estádios para a CM de 2014 no Brasil

viria a impactar economicamente o país. Proni, Faustino e Silva (2014, p. 9) abordam também estas problemáticas, expondo os impactos econômicos que a CM e os JO podem causar “nas cidades-sedes”. Os autores observaram os “aspectos políticos e econômicos relacionados aos megaeventos”, em especial as CM de 2006, e 2010, na Alemanha e África do Sul respectivamente, além de expor um panorama da preparação do Brasil para sediar estes eventos esportivos.

Em vista disso, edificar-se-á nas linhas que compreendem este artigo uma revisão de literatura sobre as questões que envolvem a construção dos estádios no Brasil, desde os primórdios do futebol, passando por todo século XX (período este em que a modalidade esportiva se consolidou no país), até chegar aos dias atuais. Além desta abordagem histórica, elaborar-se-á uma análise a respeito dos aspectos econômicos que circundam a construção dos estádios de futebol.

No primeiro item do trabalho far-se-á uma análise histórica dos principais estádios de futebol do Brasil, abordando alguns aspectos que explicam o porquê da edificação desses empreendimentos, os quais foram erigidos em diferentes momentos e tiveram em suas gêneses diversas particularidades que possibilitaram que estes monumentos futebolísticos fossem erguidos.

Dimensões históricas sobre a concepção dos estádios de futebol no Brasil

Como ponto de partida evidencia-se que o processo de edificação dos estádios de futebol no Brasil durante a primeira metade do século XX ocorreu por fases. Este entendimento foi pensado a partir das leituras de Mazzoni (1960), Caldas (1990), Guterman (2009), e Mascarenhas (2014) que tratam em seus textos a respeito desta problemática de estudo. Os autores dialogam em seus trabalhos sobre o surgimento dos primeiros palcos do futebol brasileiro, descrevendo uma análise acerca da concepção dos principais equipamentos futebolísticos erigidos no Brasil no último século.

Guterman (2009, p. 17) traz que “o primeiro campo oficial do país foi o terreno da Chácara Dulley, no Bom Retiro, onde já se jogava críquete”. O autor afirma que “o primeiro estádio de futebol digno desse nome no Brasil foi uma adaptação do Velódromo Paulistano, erguido em 1892 por encomenda de Antonio da Silva Prado, ou simplesmente conselheiro Antonio Prado” (GUTERMAN, 2009, p. 17).

O terreno onde foi construído o Velódromo era da mãe de Prado, Veridiana de Almeida Prado, ou simplesmente “Dona Veridiana”. Ficava onde hoje é a Praça Roosevelt, e nas redondezas jogava-se pelota basca. Na época, o ciclismo era moda em São Paulo, e a ideia era ter um lugar fechado onde a elite paulistana pudesse exercitar-se – ao local afluíam os amigos da família Prado; mais tarde, surgiria ali o Clube Athletico Paulistano. Em 1901, foi adaptado para receber jogos de futebol (GUTERMAN, 2009, p. 17-18).

Nota-se que tanto o primeiro campo de futebol, como o primeiro estádio em São

Paulo citados são construídos para o exercício de outras modalidades esportivas, sendo estes espaços adaptados para a prática do futebol. Mascarenhas (2014, p. 108) cita o Estádio Parque Antarctica “como provavelmente o primeiro estádio de futebol na história do Brasil”, que surge no local onde existia o parque de lazer da Companhia Antarctica. Este local foi o “palco dos jogos do primeiro Campeonato Paulista de futebol” em 1902 (MASCARENHAS, 2014, p. 108). Os três espaços mencionados, Velódromo, Chácara Dulley, e o Parque Antarctica são os primeiros “estádios” da capital paulista no início da década de 1900.

Registra-se também os primeiros estádios construídos fora de São Paulo, o primeiro da Região Sul do Brasil é erguido pelo Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense em 1904, no Rio de Janeiro o Estádio das Laranjeiras do Fluminense Football Club é construído nas primeiras décadas do último século e surge como primeiro palco futebolístico carioca. Em Salvador o Estádio da Graça é edificado em 1920, já na capital paranaense o Estádio Joaquim Américo é inaugurado no ano de 1924, e por fim, no Recife o Estádio da Liga Sportiva Pernambucana é inaugurado em 1915 (MASCARENHAS, 2014).

Mascarenhas (2014) aborda como foram construídos os primeiros estádios futebolísticos no Brasil, elucidando que estes espaços esportivos foram erguidos para acomodar indivíduos que faziam parte da elite econômica da época:

Nesse sentido, nossos primeiros estádios eram destinados exclusivamente às elites. Sua geografia é inequívoca: localizados nos bairros mais nobres, e como equipamentos de pequeno porte (geralmente uma única estrutura edificada que sequer cobria toda a extensão de um dos quatro lados), apresentavam uma arquitetura mais assemelhada a um confortável teatro, porém, a céu aberto (MASCARENHAS, 2014, p. 107).

Esta leitura de Mascarenhas (2014, p. 107) expõe que os primeiros estádios brasileiros de futebol foram pensados “como equipamentos de pequeno porte” designados às classes sociais mais altas da sociedade, e que na maioria dos casos foram patrocinados por mecenas, como o Estádio das Laranjeiras do Fluminense Football Club, edificado no Rio de Janeiro em 1919. Este espaço de prática futebolística é um importante exemplo desta geração dos estádios erguidos aqui no Brasil, concebido sob essas concepções arquitetônicas e patrocinado por uma das famílias mais ricas e importantes da sociedade carioca do início do século XX, a família Guinle.

No trabalho de Caldas (1990, p.88) fica exposto a “fase dos grandes investimentos em estádios no Sudeste e Sul do país” que marca o processo de popularização e democratização do futebol durante a década de 1920, e tem o Estádio de São Januário como símbolo desta nova etapa. Segundo Mascarenhas (2014, p. 123) o estádio do Clube de Regatas do Vasco da Gama foi erguido pela “colônia portuguesa” que erigiu “um gigantesco equipamento” em 21 de abril 1927 com capacidade para 50 mil torcedores. A edificação deste histórico monumento do futebol carioca e brasileiro é um fato importante que marcou a construção dos estádios aqui no Brasil.

Erigido o Estádio de São Januário evidencia-se outra fase da concepção dos estádios brasileiros, a fase dos grandes equipamentos futebolísticos construídos com grandes investimentos. Hollanda (2014, p. 325) dialoga com as ideias de Caldas (1990) afirmando que o Estádio de São Januário foi um “marco da popularização do futebol” em terras brasileiras, o qual “chegou a ser a maior arena esportiva da América Latina”, se tornando um dos grandes estádios nesse período juntamente com o Estádio Centenário em Montevideu que foi palco da primeira CM realizada no Uruguai, em 1930.

O Pacaembu inaugura a fase dos grandes estádios edificadas pelo poder público. Mascarenhas (2014) cita o Estádio Municipal do Pacaembu em São Paulo, inaugurado em 27 de janeiro 1940 como sendo um dos primeiros estádios de futebol arquitetado pelo Estado no Brasil. Para entendermos os motivos que possibilitaram a concepção deste equipamento futebolístico paulistano, aludi-se os escritos de Mazzoni (1939) que aborda esse período retratado por Caldas (1990)³ e Hollanda (2014), clarificando sobre as condições dos campos paulistas que já não atendiam as demandas dos jogos, pois os estádios existentes já não estavam comportando os grandes públicos que as partidas vinham recebendo em praticamente todos os jogos:

O grave problema das acomodações em campos paulistas – Desde 1933 que se tornaram de vez insuficientes nossos campos em vista da crescente atração das partidas, mas pouco ou nada se fez em favor do público, com prejuízo naturalmente à própria economia e popularidade do futebol local e conseqüentemente em grande mal ao “association” profissional (MAZZONI, 1939, p. 33).

Como efeito desta massificação do futebol que ocorreu durante as décadas de 1920 e 1930 é edificado o já mencionado Estádio Municipal do Pacaembu. Inaugurado para 70.000 pessoas, o Pacaembu torna-se o maior aparelho futebolístico do Brasil atendendo assim as demandas de público dos jogos em São Paulo (MASCARENHAS, 2014).

Construído pela Prefeitura Municipal da cidade de São Paulo, o Pacaembu é concebido como um monumento da capital paulista em consonância dos ideais da revolução de 1932. Mascarenhas (2014, p. 123) interpela que o Estádio do Pacaembu nasce “com o discurso bandeirante ufanista de ‘locomotiva do Brasil’”. A partir de sua obra inicia-se uma nova fase na edificação dos estádios do futebol brasileiro, a construção de imensos monumentos futebolísticos com capacidade para mais de 100.000 pessoas erigidos pelo Estado. Isso fica claro com o Estádio Jornalista Mário Filho, ou Maracanã, um dos mais importantes templos do futebol mundial, que foi construído pelo governo carioca para ser o principal palco da CM de 1950. Guterman (2009) traz algumas concepções sobre o que foi a realização desta obra:

[...] Dutra investiu suas forças na realização da Copa de 1950. Dois anos antes, começou a construção do Maracanã, que viria a ser o maior estádio do mundo na

³ Caldas (1990) utilizou para estudar o aumento dos torcedores nos estádios de futebol no Brasil o livro de Sílvio Castro “O Futebol Brasileiro: Bicampeão do Mundo” (1962).

época e que se tornaria o símbolo desse Brasil que almejava ser grande, a despeito dos problemas crônicos de sua eterna transitoriedade. Cerca de 3.500 operários foram mobilizados para a obra do estádio, que funcionou, no imaginário popular, como a nossa São Petersburgo – no século XVIII, a título de igualar-se às capitais europeias iluministas, o czar russo Pedro mandou construir uma cidade sofisticada às margens lodosas do rio Neva, mobilizando para isso todos os pedreiros de seu império. O Maracanã seria do mesmo modo, a prova que poderíamos eventualmente superar aquilo que de melhor havia na Europa, como prova da pujança nacional (GUTERMAN, 2009, p. 89-90).

Outro templo do futebol nacional que seguiu estas peculiaridades em sua gênese foi o Estádio Governador Magalhães Pinto, o Mineirão, inaugurado em 1965 na capital mineira com capacidade para cerca de 132.000 torcedores. O Mineirão é arquitetado sob as mesmas concepções do Maracanã, e torna-se a casa do futebol de Minas Gerais, proporcionando “um salto evolutivo formidável” aos equipamentos futebolísticos de Belo Horizonte “já que os demais se situavam no interior do espaço original da urbe planejada, àquela altura já bastante adensada” (MASCARENHAS, 2014, p. 166).

Após a construção dessas grandes praças futebolísticas arquitetadas pelo Estado surgem novos estádios erigidos pelos próprios clubes. Podemos citar como exemplo de aparelhos futebolísticos privados de grande porte o Estádio Olímpico Monumental do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, inaugurado em 1954, o Estádio Beira – Rio do Sport Club Internacional “cuja obra iniciou em 1959, mas somente foi inaugurada dez anos mais tarde”, e o Estádio Cícero Pompeu de Toledo, o Morumbi, edificado entre as décadas de 1950 e 1960, com sua inauguração final em 1970 (MASCARENHAS, 2014, p. 165-166).

O Estádio do Morumbi é a primeira praça futebolística privada do Brasil que passa a comportar mais de 100 mil torcedores. Conforme registrado nas leituras anteriores de Mascarenhas (2014), Guterman (2009), e Hollanda (2014) é possível compreender um dos motivos que inspiraram o São Paulo Futebol Clube (SPFC) a pensar o seu equipamento futebolístico. Por conseguinte, é exposto que o então presidente do SPFC, Cícero Pompeu de Toledo é influenciado pela realização da CM de 1950 e pela nova tendência de erguer gigantes estádios no Brasil, decidindo assim pela construção de um estádio com ampla capacidade de público (MASCARENHAS, 2014).

Apresentando apenas uma pequena consideração sobre a idealização da principal praça futebolística de São Paulo durante as décadas de 1970, 1980, 1990, e 2000, é exposto como os estádios de futebol começavam a ser enxergados. Lutiano (2016, p. 264) relata que já neste “período a bilheteria dos jogos” era “a principal fonte de receitas” dos clubes, o que influenciou diretamente os diretores do clube paulista a construir um aparelho esportivo para grandes públicos.

Posterior à edificação do Estádio do SPFC, durante os anos de 1970 e 1980 o Governo Brasileiro passa a ter forte influência dentro do cenário futebolístico nacional. Diante deste quadro surgem gigantes estádios de futebol estatais espalhados por várias regiões do país. Clarifica-se de acordo com as palavras de Mascarenhas (2014) um pouco do que foi este novo período da construção dos estádios em solo brasileiro:

Estando os quatro principais centros futebolísticos dotados de grandes arenas, iniciamos outro período, marcado pela construção de grandes estádios nas demais capitais [...] havia o projeto político de aprofundar os vínculos do futebol com o regime militar e de propiciar plena massificação desse esporte, considerado por muitos um meio de alienação, a desviar a atenção dos principais problemas sociais [...]. Neste novo contexto, o governo investirá fartamente na produção de novas arenas (MASCARENHAS, 2014, p. 166).

A partir da interpretação de Mascarenhas (2014) podemos citar o Estádio Vivaldão (Manaus/AM) em 1970, o Estádio Mangueirão (Belém/PA) em 1978, o Estádio da Fonte Nova (Salvador/BA) em 1971, o Estádio Castelão (Fortaleza/CE) em 1973, o Estádio Serra Dourada (Goiânia/GO) em 1975, e por fim o Estádio Parque do Sabiá (Uberlândia/MG) em 1982.

É possível observar que foram edificados equipamentos futebolísticos em praticamente todas as regiões do território nacional, o que vai de encontro com o pensamento de Mascarenhas (2014) exibido acima, o qual apresenta o plano político do Governo Federal da época de estreitar relações com o futebol. Isso fica claro com a construção de todas estas praças esportivas.

Porém durante a década de 1980 chega ao fim esta fase em que foram construídos inúmeros estádios no Brasil subsidiados pelo Estado. Ainda tendo como base os escritos de Mascarenhas (2014) elucidar-se-á nas linhas abaixo alguns fatores que motivaram o fim deste período histórico:

Outros fatores podem explicar o fim desse ciclo. Um deles é a transição política nacional, ou a “redemocratização”, que resultaria no fim dos grandes subsídios governamentais ao futebol, somente retomados recentemente, em função dos grandes eventos esportivos. Outro aspecto a considerar é a recessão econômica que se abateu sobre o país na década de 1980, reduzindo o afluxo de público aos estádios (MASCARENHAS, 2014, p. 168).

À vista disso, com o fim desta etapa de ideação dos estádios no Brasil a concepção de novas praças futebolísticas fica praticamente estagnada por quase 30 anos, tendo apenas a Arena da Baixada, em Curitiba reformada a partir de 1995 e inaugurada quatro anos mais tarde em 1999. A edificação deste equipamento esportivo do Clube Atlético Paranaense é o pontapé inicial para a “nova geração de estádios”, que irão expressar a “nova economia do futebol”, e o “processo de reelitização” desta modalidade esportiva (MASCARENHAS, 2014, p. 168).

A construção da Arena da Baixada marca o início das novas “arenas” no Brasil, e o *boom* para a edificação destes novos estádios é a CM de 2014. Com a realização do maior evento do futebol mundial em solo brasileiro são erigidos novos equipamentos futebolísticos, e reformados antigos estádios do futebol brasileiro a partir desta nova tendência. Froncillo e Almeida (2013) analisaram a construção da Arena Itaquera em São Paulo, Campos, Silva e Amaral (2014) investigaram as reformas realizadas no Mineirão, e Oliveira *et al.* (2014) estudaram a reestruturação que ocorreu no Maracanã. O primeiro

citado foi erigido sob essas novas concepções, e os outros dois foram reformados a partir desta nova disposição de arenas, perdendo completamente suas antigas características.

Observa-se que a edificação dos estádios no Brasil ocorreu por etapas, é possível afirmar que estas fases apresentaram idiossincrasias que as diferenciaram. Logo, o próximo item tratará dos aspectos financeiros que motivaram a construção dos estádios de futebol durante o último século, e também abordará de que forma se encontra essa questão nos dias de hoje.

Uma leitura histórica e contemporânea acerca dos aspectos econômicos que norteiam a construção dos estádios de futebol

Enceta-se o texto aclarando sobre um ponto que já foi levantando no item anterior, a questão do público nos estádios. Como vimos previamente de acordo com os escritos de Mazzoni (1939) durante as décadas de 1920 e 1930 ocorreu um acréscimo dos torcedores nas partidas de futebol. Para entender o que motivou os grandes clubes do cenário futebolístico nacional a pensar e erguer seus próprios estádios é necessário destacar alguns pontos expostos no texto de Caldas (1990), que dialogam com as proposições levantadas por Mazzoni (1939).

O autor apresenta que no ano de 1917 os clubes passaram a cobrar ingresso para os torcedores assistirem as suas partidas, e que o futebol se tornou uma modalidade esportiva rentável nas décadas de 1920 e 1930 porque conseguia já nesse período que milhares de torcedores pagassem ingresso para acompanhar seus jogos (CALDAS, 1990).

Caldas (1990) afirma que:

[...] Em 1930, as rendas arrecadadas com o futebol já eram muito grandes, o suficiente para cobrir outras despesas do clube, que nada tinham a ver com o futebol. Além disso, os dirigentes já se preocupavam com a construção de novos e maiores estádios. Os que já existiam e estavam sendo usados, lotavam sempre nos dias de jogos [...] (CALDAS, 1990, p. 203).

Guterman (2009, p. 74) dialoga com o texto de Caldas (1990), e aponta também a importância das rendas dos jogos para as receitas dos clubes já na década de 1930, onde em 1933 “dirigentes esportivos do São Paulo ameaçaram proibir as transmissões dos jogos porque, em sua visão, elas tiravam o público dos estádios”. Isto se explica pelo fato do rádio ser o principal veículo de comunicação da época, um importante disseminador do futebol pelo país. O autor evidencia que a partir das transmissões das partidas pelo rádio, o futebol “que já era popular, tornou-se um ser vivo, pulsante, um drama de cores épicas descritas pelos narradores” (GUTERMAN, 2009, p. 74).

Duarte e Vilela (2011, p. 116) seguem expondo alguns destes conceitos, elucidando sobre os aspectos financeiros que os clubes de futebol apresentavam durante meados do século passado. Diante desta perspectiva os autores afirmam que a receita dos clubes “vinha quase exclusivamente de bilheteria”. Exemplo que relata essa

realidade financeira dos clubes nesse período ocorreu em São Paulo, com SPFC que passou a alugar o Pacaembu para mandar suas partidas, multiplicando em quase dez vezes o número dos torcedores em seus jogos como mandante, “com essa alavanca, a exposição e a situação financeira melhorariam imensamente” (DUARTE; VILELA, 2011, p. 81).

A partir da leitura destes autores citados nota-se a importância das rendas provenientes das partidas de futebol para as receitas dos clubes nessa fase do futebol brasileiro, sendo os estádios um importante instrumento que possibilitava a aquisição de ativos financeiros para as agremiações esportivas. Santos (2014) faz uma análise do processo de “arenização” dos estádios no Brasil. O autor fez um levantamento dos “principais momentos históricos que explicam as razões econômicas e políticas que levam a essa realidade, entendendo o futebol como uma indústria cultural” (SANTOS, 2014, p. 1).

Santos (2014, p. 8) destaca que no período de Getúlio Vargas e da Ditadura Militar, “criar grandes estádios cumpriria um papel fundamental aos clubes, que até então tinha as bilheterias como uma das poucas fontes de receita”. Afirma ainda que nesse período “a bilheteria passa a ter grande importância para os clubes que almejavam grandes conquistas, ao manter os melhores jogadores vestindo suas cores” (SANTOS, 2014, p. 6).

Holzmeister (2005) faz uma leitura das transformações que ocorreram nos estádios de futebol desde os seus primórdios, tratando o estádio como elemento fundamental para o desenvolvimento financeiro dos clubes. O autor apresenta em sua Dissertação de Mestrado o estádio como um local onde os clubes podem comercializar o seu principal produto, o jogo de futebol de sua equipe. Para entender essas diversas questões postas, Holzmeister (2005) concebe uma análise histórica do surgimento dos estádios dialogando com as leituras já citadas no texto.

Silva e Campos Filho (2006, p. 198) abordam a gestão dos clubes de futebol aqui no Brasil e a busca por novas receitas, narrando que “a evolução dos sistemas de receitas é um bom indicador do consumo na indústria do futebol profissional”. Os autores relatam que até a década de 50 o “principal negócio era a relação clube – torcedor, e ela se dava em torno das entradas dos estádios”:

- i) Até a década de 50 (A Era do Estádio), onde o principal do negócio era a relação clube – torcedor e ela se dava em torno das entradas nos estádios;
- ii) Entre as décadas de 50 – 70 (A Era da TV Comercial Tradicional), quando as televisões gratuitamente transmitiam os jogos e originam os patrocinadores;
- iii) Década de 80 (A Era dos Patrocinadores), quando os patrocinadores passaram a se interessar pelo futebol pela visibilidade proporcionada pelo aumento da audiência; (SILVA; CAMPOS FILHO, 2006, p. 198).

A análise de Silva e Campos Filho (2006) dialoga com os estudos apresentados, destacando que as principais receitas dos clubes até meados do século passado eram

oriundas das rendas dos jogos. Campos e Roman (2008, p. 51) seguem na mesma linha de raciocínio, afirmando que o futebol na década de 1950 “já era o esporte mais popular do mundo e conseguia levar milhares de pessoas aos estádios”.

Campos e Roman (2008, p. 51) citam que neste período do futebol a principal fonte de receita dos clubes era a renda proveniente da bilheteria dos jogos, relatando que a FIFA “permitiu somente no final dos anos 70 e início dos anos 80 que aparecessem, bem pequenas, as logomarcas dos fabricantes dos uniformes e a possibilidade de os clubes venderem espaços publicitários em seus uniformes”.

Marchi Júnior (2003, p. 2) dialoga com essa questão posta por Campos e Roman (2008), e cita o caso do Brasil que apenas em 1981 deliberou “o fim da proibição de empresas patrocinarem clubes ou entidades desportivas a exibirem em seus uniformes, como forma de propaganda, as marcas de seus patrocinadores”, possibilitando assim uma nova fonte de receitas.

O texto de Fumagal e Louzada (2009, p. 12) apresenta um registro sobre a edificação do Estádio Cícero Pompeu de Toledo. Os escritos dos autores vão diretamente de encontro com as outras leituras evidenciadas no trabalho, e clarificam que a prioridade do SPFC, responsável pela concepção desta obra era “construir um patrimônio que pudesse garantir a existência do clube e manter o SPFC entre os grandes times da cidade de São Paulo”.

Naquele momento, a bilheteria era a principal fonte de receita dos clubes e os seus dirigentes acreditavam que a construção de um estádio com capacidade para acomodar um público numeroso poderia significar a garantia de uma fonte de receita estável, o que viabilizaria a existência do clube (FUMAGAL; LOUZADA, 2009, p. 12).

Fumagal e Louzada (2009, p. 12) seguem demonstrando que defronte deste aspecto o SPFC decide “pela construção de um estádio com capacidade para 150.000 pessoas”. Segundo os autores essa decisão deve ser analisada contextualizando o momento em que ela foi tomada (início dos anos 1950), onde “as principais fontes de receitas para os times de futebol eram as vendas de ingressos e os ganhos em jogos amistosos realizados em excursões internacionais” (FUMAGAL; LOUZADA, 2009, p. 15)

[...] Neste cenário, ter um estádio próprio significava uma fonte de receita estável que poderia ser maior com um estádio com capacidade para receber muitos torcedores. Do ponto de vista financeiro encontra-se evidências, que mesmo em um contexto diferente daquele da decisão tomada, o estádio segue como uma alternativa para geração de receitas, pois o Balanço Patrimonial de 2007 registra 14 milhões de reais como receita proveniente da venda de ingressos para jogos, o que representa 8% do total das receitas operacionais do clube (FUMAGAL; LOUZADA, 2009, p. 15).

Com a reforma e construção de novos estádios nos últimos anos no Brasil, as “novas arenas” ganharam ainda mais importância para os clubes, como potenciais geradoras de receitas. Seguindo esta linha de raciocínio Campos e Roman (2008, p. 53) destacam que a relação dos clubes com seus torcedores passa pelos seus estádios, os

autores citam o trabalho de Ferreira (2002)⁴ que entende que “o sucesso do futebol brasileiro, passa necessariamente, pela recuperação e remodelação dos seus estádios, pois o estádio é um instrumento de relacionamento clube-torcedor, ou seja, cliente-empresa”.

Diante desta perspectiva os autores citam possíveis fontes de receitas que os clubes acabam perdendo com os estádios, não sabendo aproveitar todas as possibilidades que esses espaços podem gerar de ativos financeiros, desperdiçando assim outras fontes de renda:

Os dirigentes esquecem que, com mais pessoas frequentando os estádios, poderiam ganhar mais dinheiro, explorando, por exemplo, lanchonetes. É difícil entender como os dirigentes podem aceitar que empresas, ditas de alimentação, prestam um serviço tão ruim e ao mesmo tempo com preço exorbitante dentro de seus estádios (CAMPOS; ROMAN, 2008, p. 53-54).

Retomando a análise da presença de público nos estádios brasileiros ao longo dos anos, Giovannetti *et al.* (2006) investigaram essa problemática, abordando a presença de público nos estádios de futebol no Brasil diante de um levantamento histórico. Os autores demonstraram que durante a década de 1970 a média de público do Campeonato Brasileiro foi maior que nas décadas seguintes de 1980 e 1990.

No desenvolvimento do seu trabalho Giovannetti *et al.* (2006) partem para uma análise da presença de público nos jogos do Campeonato Brasileiro de Futebol de 2004, averiguando a frequência dos torcedores nos estádios para deste modo relacionar essa questão com os aspectos econômicos dos clubes. Como fundamentação teórica os autores utilizam os conceitos de Rottenberg (1956) que “apresenta as características básicas da economia dos esportes profissionais, em especial a natureza conjunta do processo de produção esportiva” (GIOVANNETTI *et al.*, 2006, p. 390).

Giovannetti *et al.* (2006, p. 391) seguem exibindo um “modelo teórico” onde “o torcedor é representado por um agente econômico maximizador de utilidade que escolhe entre ir ou não ao estádio de futebol”. Diante deste modelo teórico proposto pelos autores, entende-se que os torcedores são um importante elemento que podem auxiliar no desenvolvimento econômico do clube através da sua ida ao estádio para assistir as partidas de seu time de coração, e também a partir do consumo (alimentação e produtos do clube) que este torcedor faz dentro do estádio. Portanto, apoiado em mais um estudo fica explícito a importância do estádio para a arrecadação dos clubes, expondo que este pode gerar inúmeras possibilidades de receitas.

Elucidando essa temática de análise, Holzmeister (2010, p. 5), compreende que “no futebol moderno, convertido em mercadoria e regido pela lógica de mercado, os estádios assumem uma importância central, um palco onde a partida de futebol é somente mais um dos produtos em oferta a serem consumidos”.

O autor apresenta que as novas “arenas” inglesas foram construídas a partir de

⁴ Ver mais em: FERREIRA, R. **Início e consolidação do profissionalismo**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

um argumento de proporcionar mais conforto e segurança aos torcedores. Nestes novos estádios foram substituídos os “setores com grande capacidade, mas de baixa lucratividade para os clubes – os setores populares *ends/terraces* – por assentos mais caros”, além da edificação “de camarotes executivos e corporativos com vistas a atrair um perfil de público mais corporativo, empresas interessadas em fazer seu marketing corporativo em um evento futebolístico com possíveis clientes” (HOLZMEISTER, 2010, p. 75).

Esse perfil pode ser notado aqui no Brasil, com a construção e reforma dos novos estádios para a CM de 2014, tomando como grande exemplo a reforma feita no Maracanã. Houve uma “diversificação do uso dos espaços nos estádios, que foram equipados, em muitos casos, com centros comerciais, cinemas, cassinos, hotéis, restaurantes e lojas temáticas (HOLZMEISTER, 2010, p. 75-76)”.

Somoggi (2013, p. 243) desenvolve uma leitura atual sobre a gestão das praças futebolísticas, apresentando “as principais estratégias que proporcionam a viabilidade econômico-financeira” destes espaços esportivos. O autor clarifica seu pensamento expondo os principais aspectos que a concepção de um novo estádio deve conter, além de elucidar sobre a viabilidade financeira, objetivo, planejamento, e sucesso econômico deste tipo de empreendimento:

O aspecto fundamental da viabilidade econômico-financeira de complexos esportivos é que a conceituação, desde o projeto arquitetônico inicial até o final da obra, quando ocorrerá o início da operação do empreendimento, deve estar alinhada com o planejamento mercadológico, que deve ser criativo [...]. O objetivo do controle da execução da obra e dos gastos é fazer com que a qualidade, prazos e custos permaneçam exatamente dentro dos previstos (SOMOGGI, 2013, p. 254).

Costa *et al.* (2013) definem o Estádio Cícero Pompeu de Toledo como uma das primeiras arenas multiuso do Brasil que passou a gerar diversas fontes de receitas. Os autores apontam que após várias reformas ao longo dos anos, o Morumbi, teve um aumento de 72% no seu faturamento, entre os anos de 2008 e 2011 (de R\$ 34,5 milhões para quase R\$ 60 milhões), de acordo com balanços financeiros do clube.

Esse aumento, segundo Costa *et al.* (2013), ocorreu devido ao acréscimo das receitas das vendas dos ingressos dos jogos do SPFC e de outras fontes de renda, como camarotes, cadeiras cativas, aluguel do estádio para shows e aluguel de espaços comerciais (lojas, bares, restaurantes, entre outros), o que dialoga diretamente com as ideias de Holzmeister (2010) e Somoggi (2013).

Defronte deste arcabouço teórico exposto no texto finaliza-se este item que analisou a importância do estádio de futebol para os clubes, apreendendo a edificação destas praças esportivas de acordo com os aspectos econômicos que se desenharam ao longo dos anos no cenário do futebol brasileiro e mundial. Destarte é clarificado a partir das leituras expostos no item que estes equipamentos são peças importantes para o desenvolvimento financeiro das agremiações futebolísticas.

Considerações finais

Na primeira parte do trabalho analisou-se a história da edificação dos estádios de futebol no Brasil, as concepções destas praças futebolísticas se apresentam como um objeto de pesquisa que já foi bem investigado pela literatura nacional.

Contudo, é possível observar a partir deste arcabouço teórico utilizado que construção dos principais palcos do futebol brasileiro ocorreu por etapas, as quais apresentaram diferentes peculiaridades, o que fizeram com que os estádios erigidos em cada um destes períodos exibissem características distintas. Com base nestas leituras estabeleceremos abaixo seis momentos que marcaram a concepção dos estádios de futebol no Brasil:

- **Primeira Fase:** Nos primórdios do futebol é exposto que os primeiros “estádios” foram adaptações de espaços esportivos que já existiam, os quais tinham sido erigidos para o exercício de outras modalidades esportivas. O já citado Velódromo Paulistano construído para a prática do ciclismo no final do século XIX em São Paulo é um exemplo de um espaço adaptado para receber partidas de futebol.
- **Segunda Fase:** Nesta etapa os estádios irão se relacionar diretamente com a maneira que o futebol se configurava no Brasil, sendo estes equipamentos designados para as classes econômicas mais altas da sociedade com características de confortáveis casas de espetáculos (teatros). O símbolo desta fase é o Estádio das Laranjeiras, edificado no início do século XX no Rio de Janeiro.
- **Terceira Fase:** Com a popularização e democratização do futebol no Brasil a partir dos anos 20 e 30 do último século são construídas praças futebolísticas com capacidade muito superior das dos estádios que existiam até aquele momento. O Estádio de São Januário do Clube de Regatas do Vasco da Gama inaugurado em 1927 com 50 mil lugares, e o Estádio Municipal do Pacaembu de 1940, com continência na época para 70 mil espectadores, são exemplos desta fase.
- **Quarta fase:** Esta fase corresponde ao ápice temporal que são construídos imensos equipamentos futebolísticos que viriam a comportar mais de 100 mil torcedores, a maioria com investimento Estatal, e tem seu encetamento na década de 1950 e vai até o final dos anos de 60. O Maracanã, o Mineirão, e o Morumbi refletem o que foi este período da concepção dos estádios no Brasil.
- **Quinta fase:** Compreende um momento político histórico do Brasil, o qual ficou marcado pela instauração do Regime Militar. Neste instante ocorre uma aproximação entre o campo político e o futebolístico. O Governo Federal passa a utilizar o futebol como seu instrumento de propaganda, com isso edifica diversos estádios nas cinco regiões do país. Elucida-se o Estádio Vivaldão em Manaus (1970) e o Estádio da Fonte Nova em Salvador (1970) como aparelhos esportivos erigidos sob estas características.

- **Sexta fase:** É fase das “novas arenas”, equipamentos futebolísticos construídos a partir de uma nova tendência que está em voga no futebol mundial e no Brasil. Essa disposição expressa o processo de elitização do futebol, e tem o estádio como um elemento que visa à mudança do perfil do torcedor. As arenas construídas para a CM de 2014 expressam este período contemporâneo da construção dos estádios.

Deste modo, podemos considerar que ao longo dos anos o estádio de futebol foi se consolidando como um importante elemento econômico que pode proporcionar aos seus respectivos donos a aquisição de ativos a partir de uma série de receitas que podem ser geradas por este aparelho esportivo. No início a renda das partidas se desenhava como a principal aquisição financeira proveniente do estádio, hoje existe uma gama de possibilidades que podem ser exploradas nas praças futebolísticas (restaurantes, lojas, estacionamentos, entre outros).

É importante destacar que o torcedor sempre foi peça chave nesta relação clube-estádio-torcedor, pois é este que adquire os ingressos para assistir seu time do coração, e hoje além de acompanhar os jogos da sua equipe irá consumir os diversos produtos que são ofertados no interior deste espaço atualmente. Destarte podemos afirmar que o estádio de futebol se tornou importante no desenvolvimento econômico dos clubes, pois este local pode render aos clubes diversas receitas.

REFERÊNCIAS

CALDAS, Waldenyr. **O Pontapé Inicial:** memória do Futebol Brasileiro (1894 - 1933). São Paulo: Ibrasa, 1990.

CAMPOS, Leandro C.F.; ROMAN, Everton P. Diferenças de planejamento e administração de clubes de futebol da Europa e do Brasil. **Revista Mineira de Educação Física**, Viçosa, v.16, n.1, p.50-63, 2008. Disponível em: <http://www.revistamineiradeefi.ufv.br/artigos/arquivos/debf9c559d6b85d9030c1b3891d991e8.pdf> Acesso em: 28 abr. 2016.

CAMPOS, Priscila A.F.; SILVA, Silvio R.; AMARAL, Silvia C.F. Tradição e modernidade no “novo” Mineirão. **Esporte e Sociedade**, Niterói, v.9, n.23, p.1-14, Mar. 2014. Disponível em: http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/285431_es2304.pdf. Acesso em: 09 fev. 2017.

CASTRO, Silvio. **O futebol brasileiro:** bicampeão do mundo. Rio de Janeiro: Anuário da Literatura Brasileira, 1962.

COSTA, Paulo H.V *et al.* Parceria público privada para investimento em arenas multiuso - estudo de caso da Arena Pernambuco. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DA LATIN AMERICAN REAL ESTATE SOCIETY, 13, 2013, São Paulo. São Paulo: Latin American Real Estate Society, 2013. p. 1-19. Disponível em: <http://lares.org.br/Anais2013/artigos/765-986-1-RV.pdf>. Acesso em: 08 out. 2014.

DOMINGUES, Edson P.; JUNIOR, Admir A.B.; MAGALHÃES, Aline S. Quanto vale o show? Impactos econômicos dos investimentos da Copa do Mundo de 2014 no Brasil. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v.41, n.2, p.409-439, Abr./Jun. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ee/v41n2/a08v41n2>. Acesso em: 10 fev. 2017.

DUARTE, Orlando; VILELA, Mário. **São Paulo FC: o super campeão**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2011.

FERREIRA, R. **Início e consolidação do profissionalismo**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

FRONCILLO, Adriano V.; ALMEIDA, Marco A.B. Análises sociais do impacto da construção do estádio do Corinthians para Itaquera. **Revista Digital EFDeportes**, Buenos Aires, v.18, n.179, p.1-1, Abr. 2013. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd179/impacto-da-construcao-do-estadio-do-corinthians.htm>. Acesso em: 11 jan. 2017.

FUMAGAL, Rafael F.; LOUZADA, Roberto. O modelo de gestão do São Paulo Futebol Clube. **Razón y Palabra**, Monterrey, n.69, p.1-35, Jun./Ago. 2009. Disponível em: [http://www.razonypalabra.org.mx/O MODELO DE GESTAO DO SAO PAULO FUTEBOL CLUBE.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/O%20MODELO%20DE%20GESTAO%20DO%20SAO%20PAULO%20FUTEBOL%20CLUBE.pdf). Acesso em: 07 out. 2014.

GIOIA, R. **Especial: que saudades das Laranjeiras**. Fev. 2010. Disponível em: <http://canelada.com.br/fluminense/especial-que-saudade-das-laranjeiras/>. Acesso em: 19 abr. 2016.

GIOVANNETTI, Bruno *et al.* Medindo a fidelidade das torcidas brasileiras: uma análise econômica no futebol. **Revista Brasileira de Economia**, Rio de Janeiro, v.60, n.4, p.1-1, Out./Dez. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbe/v60n4/a04v60n4.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2016.

GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE (Porto Alegre). **Memorial e Títulos: Estádio Olímpico**. Disponível em: http://www.gremio.net/page/view.aspx?i=id_1133&language=0. Acesso em: 29 abr. 2016.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

HOLLANDA, Bernardo B.B. O fim do Estádio-nação? notas sobre a construção e a remodelagem do Maracanã para a Copa de 2014. In: CAMPOS, Flavio.; ALFONSI, Daniela. (Org.). **Futebol objeto das ciências humanas**. São Paulo: Leya, 2014. p. 321-346.

HOLZMEISTER, Antonio O.C. **A nova economia do futebol: uma análise do processo de modernização de alguns estádios brasileiros**. 2005. 123 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de

Janeiro, 2005.

_____. **A virada econômica do futebol:** observações a partir do Brasil, Argentina e uma Copa do Mundo. 2010. 228 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp126157.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2016.

JUNIOR, M. S. O futebol paulista é o novo “homeless”. 1995. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 02 fev. 1995. Esporte, p.1-1. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1995/2/02/esporte/6.html>. Acesso em: 21 dez. 2016.

LUTIANO, Danilo V. Futebol e a gestão dos estádios: o caso do Morumbi. In: ALMEIDA, Marco A.B. (Org.). **Estudos interdisciplinares em sociologia do esporte:** aspectos filosóficos, sociais, políticos e econômicos. São Paulo: Núcleo Interdisciplinar de Pesquisas em Futebol e Modalidades Lúdicas – Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, 2016. p. 254-276. Disponível em: <http://200.144.182.130/ludens/index.php/pt/acervo/biblioteca-ludens/375-edicoes-disponiveis-em-formato-e-book>. Acesso em: 09 fev. 2017.

MARCHI JÚNIOR, Wanderley. Três décadas de história do Voleibol Brasileiro. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 22, 2003, João Pessoa. **Anpuh**. João Pessoa. 2003. p. 1-6. Disponível em: <http://anais.anpuh.org/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S22.689.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2016.

MASCARENHAS, Gilmar. **Entradas e bandeiras:** a conquista do Brasil pelo futebol. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

MAZZONI, T. **Problemas e aspectos do nosso futebol**. São Paulo: Edições A Gazeta, 1939.

_____. **São Paulo Futebol Clube:** Album Comemorativo da inauguração do Estádio “Cícero Pompeu de Toledo”. São Paulo: Olympicus, 1960.

OLIVEIRA, Lucca M *et al.* A certificação leed em estádios brasileiros: o legado da Copa do Mundo 2014. In: ENCONTRO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 16, 2014, São Paulo. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo, 2014. p. 1-17. Disponível em: <http://www.engema.org.br/XVIENGEMA/143.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2017.

POZZI, L.F. **A grande jogada:** teoria e prática do marketing esportivo. São Paulo: Editora Globo, 1998.

PRONI, Marcelo W.; FAUSTINO, Raphael B.; SILVA, Leonardo O. **Impactos econômicos de megaeventos esportivos**. Belo Horizonte: Casa da Educação Física, 2014. Disponível em: [http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/173044_Proni_Faustino_e_Silva_\(L\)](http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/173044_Proni_Faustino_e_Silva_(L))

Impactos Economicos de Megaeventos Esportivos.pdf. Acesso em: 10 fev. 2017.

ROTTENBERG, Simon. The baseball players labor market. **Journal of Political Economy**, Chicago, v.64, n.3, p.242-258, Jun. 1956.

SANTOS, Irlan S.C. O público dos estádios: marcos históricos da atual elitização e arenização do futebol brasileiro. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 16, 2014, João Pessoa. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. João Pessoa: Intercom, 2014. p. 1-15. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0817-1.pdf>. Acesso em: 02 out. 2014.

SILVA, Cláudio V.G.F.; CAMPOS FILHO, Luiz A.N. Gestão de clubes de futebol brasileiros: fontes alternativas de receita. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, Rio de Janeiro, v.1, n.3, p.195-209, Set./Dez. 2006. Disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/SGV1N3A2/20>. Acesso em: 03 out. 2014.

SOMOGGI, Amir. Gestão de espaços esportivos como negócio. In: MATTAR, Michel F.; MATTAR, Fauze N (Org.). **Gestão de negócios esportivos**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2013. Cap. 13, p. 243-255.

SPORT CLUB INTERNACIONAL (Porto Alegre). **Patrimônio**: Beira – Rio. Disponível em: <http://www.internacional.com.br/conteudo?modulo=1&setor=279&secao=273>. Acesso em: 20 abr. 2016.

Endereço para correspondência

Danilo Lutiano Valerio: Rua Doutor Cristiano Altenfelder Silva 360, apto 12, Vila Carrão - São Paulo - SP - CEP 03448-010

Marco Antonio Bettine de Almeida: Rua Arlindo Bettio 1000, sala A1-210L, Ermelino Matarazzo - São Paulo - SP - CEP 03828-000



Recebido em:

13/10/2016

Aprovado em:

07/12/2016