

É O FUTEBOL O ÓPIO DO POVO? UMA ABORDAGEM ECONÔMICA¹

Cláudio D. Shikida²

Pery Francisco Assis Shikida³

SHIKIDA, C. D.; SHIKIDA, P. F. A. É o futebol o ópio do povo? Uma abordagem econômica. **Rev. Ciên. Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v.7, n.1, jan./jun, 2006

RESUMO: Uma afirmação de senso comum entre economistas e não-economistas, é a de que o “futebol é o ópio do povo”. Este artigo representa uma tentativa original de se responder a esta pergunta. Argumenta-se que um aumento do tamanho do poder arrecadatório do governo pode ocorrer sem reação correspondente por parte do brasileiro comum, pois o brasileiro substituiria “reação” ao aumento do governo pela “válvula de escape” representada pelo futebol. Assim, evidências preliminares da ação predatória do Estado sobre o número de pagantes em jogos do campeonato “Brasileirão” são captadas pelos “dias de servidão”, controlando-se por inovações institucionais/tecnológicas, o nível geral de preços e variações nas regras do campeonato. Encontra-se que, *ceteris paribus*, o aumento de 1% nos dias de servidão do brasileiro, gera um aumento de 1% no número de pagantes aos jogos, em um ano.

Palavras-chave: Análise econométrica dos esportes; Futebol; Carga tributária.

IS THE SOCCER THE “OPIUM OF PEOPLE”? AN ECONOMIC APPROACH

ABSTRACT: A common sense statement – shared by economists and non-economists – is that “soccer is the opium of the people”. This article is an original attempt to test this statement. It is argued that the increase regarding the taxing power of the State might happen without a correspondent answer by the average Brazilian since he would substitute his “reaction” against such taxing increase

¹ Os autores agradecem a Ari Francisco de Araújo Jr. (IBMEC-MG) por seus comentários. Especialmente, agradecem a William Summerhill (UCLA), cujo comentário sobre futebol e “a alegria do povo” em um artigo anterior de um dos autores inspirou boa parte deste.

² Doutor em Economia pela UFRGS. Professor do Curso de Ciências Econômicas do IBMEC-MG. Rua Paraiba, 330, térreo. CEP: 30130-140. Belo Horizonte, MG. *E-mail:* claudiods@ibmecmg.br

³ Doutor em Economia Aplicada pela ESALQ-USP. Professor do Curso de Ciências Econômicas e do Mestrado em Desenvolvimento Regional e Agronegócio da UNIOESTE-Toledo. Rua da Faculdade, 645. CEP: 85.903-000. Toledo, PR. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. *E-mail:* pfshiki@unioeste.br

by the “escape valve” represented by soccer. Thus, preliminary evidences of the State predatory actions over the amount of people attending the national soccer championship popularly known as “Brasileirão” is measured through the effect of the variable “days of oppression” controlled by technological/institutional innovations, the general level of prices and variations in the championship rules. We find that, *ceteris paribus*, an increase of 1% of the Brazilian’s days of oppression generates an increase of 1% in the yearly number of people attending the stadiums.

KEYWORDS: Sportometrics, Soccer, Tax Burden

1 INTRODUÇÃO

Em tempos de abertura e globalização econômica, o esporte – de modo geral – está se transformando num gigantesco fenômeno social, político e financeiro. Seja pelo progresso tecnológico, arrefecimento do fator emprego ou outras razões (culturais, etnográficas, etc.), o trabalho tem assumido cada vez menos tempo na vida do homem, enquanto tem crescido o tempo despendido com modalidades de diversão e lazer (OFFE, 1996).

Com efeito, um dos indicadores desse crescimento está no fato da indústria do esporte, uma das modalidades de diversão e lazer do brasileiro, movimentar cerca de R\$ 25 bilhões/ano, empregar 300 mil pessoas e de ter registrado aumento médio anual de 12,34% de 1996 a 2000 – para efeito de cotejo, o Produto Interno Bruto (PIB) nacional cresceu, nesse mesmo período, 2,25% a.a. (CHIARINI, 2002).

Dentre as diversas modalidades do esporte existentes, o futebol é um dos mais populares. De acordo com o *site* oficial da Fédération Internationale de Football Association (FIFA), “*football’s ever growing popularity, its enormous appeal especially to young people, its expanding economic, social and even political significance and, not least, its importance for the media*”.

No Brasil existem cerca de 800 clubes de futebol federados e mais de 13 mil times amadores, sendo estimado em 30 milhões de praticantes nacionais, para mais de 300 estádios, com capacidade superior a 5 milhões de lugares.

Afora tais estatísticas, o futebol é também conhecido como a alegria do povo. Pelo menos para o povo brasileiro. Quem viu o filme “*Garrincha, a alegria do povo*” (produção brasileira de 1965, de Luiz Carlos Barreto e Armando Nogueira), que mostra a trajetória do jogador Garrincha, com sua capacidade para encantar os fãs do futebol com suas pernas tortas e o extraordinário talento para surpreender os adversários, pode corroborar esta forte ligação do povo brasileiro com o futebol.

Fonseca (2003), em breve alusão à temática supracitada, avalia que a imagem do Brasil no exterior está associada a noções de modernidade (Brasília), informalidade (jeitinho brasileiro), alegria (carnaval, festas), cordialidade (hospitalidade, generosidade) e, é claro, criatividade (consubstanciada mormente no futebol).

Mas é também o futebol válvula de escape para as mágoas do brasileiro? Na verdade, a “alegria do povo” supõe, de certa forma, o uso do “futebol” como válvula de escape. Neste sentido - e é onde este estudo pretende chegar - quem viu o filme “*Prá frente Brasil*” (produção brasileira de 1983, de Rogério Farias), que mostra o Brasil inteiro torcendo e vibrando com a seleção de futebol na Copa do México (1970), enquanto prisioneiros políticos são torturados nos porões da ditadura militar e inocentes são vítimas desta violência, entende muito bem esta relação futebol-válvula de escape.

Este artigo pretende contribuir para o entendimento desta questão, mas sob a ótica da Escolha Pública. Não é nosso objetivo construir um arcabouço teórico e daí derivar proposições testáveis. Modestamente, procuramos obter fatos estilizados que possam ser, futuramente, explorados com maior vigor teórico e empírico.

Obviamente, o ópio, como outros bens, pode apresentar retornos decrescentes e, em algum momento, é possível que o cidadão: (I) troque de ópio ou; (II) troque o ópio pelo protesto. Também é bom destacar que a presença num jogo de futebol não se deve apenas à catarse dos indivíduos (ou seja, o futebol como ópio) mas, claro, à paixão dos mesmos pelos seus times. Busca-se, assim, estimar o efeito do “futebol como ópio do povo” sem desconsiderar outros fatores como o desenvolvimento tecnológico ou o crescimento econômico do país, por meio de uma análise econométrica.

Isto posto, este estudo contém cinco breves seções, incluída esta introdução. Na seção seguinte se discute o futebol como ópio do povo. Na terceira e quarta seção, respectivamente, são expostos o material e métodos e os resultados e discussão. As considerações finais procuram sumarizar os principais apontamentos do estudo.

2 É O FUTEBOL O ÓPIO DO POVO?

O início do futebol brasileiro data de 1894, quando Charles W. Miller, nascido no bairro do Brás (São Paulo), descendente de ingleses e escoceses, retornando de seus estudos na Inglaterra, trouxe a primeira bola de futebol para os campos brasileiros (SALDANHA, 1971).

A partir daí o futebol no Brasil, além de ser uma prática esportiva

propriamente dita (com suas regras, campeonatos, glórias e inglórias), tem sido também a encenação do drama da sociedade brasileira (Roberto Damatta, citado por SOCIOLOGIA do esporte, 2004).

Em Peres (1997, p.1), vê-se que “*in Brazil, there is nothing as pervasive and inescapable as guitar music, Carnaval and soccer. Practically everybody plays soccer, shows up for Carnaval celebrations, and plays the guitar. And mind you, those who don't, surely enjoy watching*”.

Daolio (2004) apresenta uma compreensão do futebol brasileiro a partir de uma análise cultural, na qual este esporte aparece como uma forma que a sociedade brasileira encontrou para se expressar. Trata-se, pois, de uma maneira do brasileiro extravasar suas características emocionais, quais sejam, paixão, ódio, felicidade, tristeza, prazer, dor, fidelidade, resignação, coragem, fraqueza, etc. Não obstante, este mesmo autor nega o futebol enquanto apenas manifestação lúdica do homem brasileiro, nem tampouco é o ópio do povo.

Contudo, principalmente quando uma Copa do Mundo se aproxima, é inevitável a pessoa afirmar ser o futebol uma diversão alienante, servindo para obscurecer a atenção do povo dos seus problemas fundamentais, funcionando como parte do tradicional binômio romano *panes et circences* (“pão e circo”). De certo, o futebol é onipresente nas manifestações culturais do Brasil, mesmo em dias de Programa Fome Zero ou de programas similares de combate à pobreza, corrupção, entre outras mazelas peculiares do País. Em Copa do Mundo não tem imperialismo norte-americano capaz de arrefecer o orgulho de ser brasileiro, salienta Lima (2002).

Em sociologia do esporte (2004, p.1) há a necessidade da transdisciplinaridade para estudar o futebol, haja vista que este esporte:

como segmento da cultura, é a síntese dinâmica da estrutura social maior, e, portanto, uma via de acesso privilegiada para a investigação sociológica acerca das forças sócio-históricas dominantes da realidade brasileira. Para entender o futebol, é importante compreender o lúdico. Ainda, permite conhecer a relação indivíduo *X* coletivo, razão *X* emoção. A importância do debate sobre o imprevisível e a improvisação, vista no futebol, é necessária! Futebol é a manifestação da cultura DA MASSA (não de massa), não dura mesmo TEMPO quanto o carnaval, ocupa mais ESPAÇOS do que ele, além de ser mais DEMOCRÁTICO na sua prática. Por fim, segundo Mário Filho, o futebol, aos domingos, prolongava aquele delicioso momento de depois da missa.

Weber (1969), ao procurar entender, por um lado, a relação e a importância cultural de acontecimentos singulares em suas manifestações

contemporâneas (neste caso, do futebol), e por outro, a causa de serem historicamente dessa forma e não de outra, deixa claro a necessidade de se atentar para as diversas visões sobre o assunto, porquanto o mundo depende de todas as áreas dos especialistas ditos profissionais.

Feitas estas considerações, passemos ao argumento principal deste artigo: o que a teoria da Escolha Pública diria em termos do futebol e de sua relação com a economia política?

A resposta consiste, basicamente, em oferta e demanda. Em nossa análise de equilíbrio parcial, indivíduos podem trocar protestos contra avanços arrecadatórios do governo por lazer que, no caso, é o futebol¹.

Sucintamente, indivíduos podem escolher entre trabalho e outras atividades. Neste artigo supõe-se que as outras atividades possam ser divididas em “protestos contra impostos” e “atividades escapistas” (o futebol). Políticos podem perceber a chance de se incentivar práticas esportivas (incentivos a práticas esportivas em governos ditatoriais são abundantes na história. Somente para lembrar dois exemplos, pense o leitor em Cuba e na Alemanha nazista) para evitar protestos contra a exploração promovida através de impostos².

Isto é economicamente razoável quando se considera que sair em uma passeata de protesto possui custos concentrados (sobre seus membros) e benefícios dispersos (incluindo muito mais gente do que apenas os componentes da passeata). Por sua vez, ir a um jogo de futebol, por exemplo, é um ato privado, no qual os indivíduos arcam com custos e benefícios da partida. Assim, sindicalistas se comportam de forma perfeitamente compatível com a racionalidade econômica prevista se procurarem evitar que greves tenham dias/horários agendados, e que sejam próximos e/ou sobrepostos aos de partidas de futebol de importância para a população local.

Assim, *coeteris paribus*, é razoável que um esporte popular como o futebol seja encarado como válvula de escape para um aumento da carga tributária. Pode-se, adicionalmente, dizer que a *complexidade tributária* é um incentivo para que o eleitor não proteste. Isto ocorre porque, quanto mais complexo um sistema tributário³, menos os custos dos impostos são corretamente percebidos

¹ Há, obviamente, outras formas de lazer. Não são, contudo, analisadas aqui, embora façamos algumas reflexões sobre as mesmas adiante.

² MITCHELL & SIMMONS (2004) chamam a atenção para o fato de a tributação ser uma forma de exploração, pois: (I) decisões sobre tributação não são unânimes; e (II) a possibilidade de protesto e saída (*voice-and-exit*) é limitada na prática (em outras palavras, pessoas não podem emigrar a cada aumento de alíquota de impostos e nem sempre podem protestar contra os mesmos).

³ Num país federativo, por exemplo, não há motivos para crer que esta complexidade diminua. Isto depende do tipo de federalismo implantado (em outras palavras, depende do tipo de instituições adotadas).

pelos indivíduos [“em 16 anos, foram editadas 219.795 regras tributárias no país, ou seja, 56 por dia útil e 2,3 por hora. Destas, estavam em vigor, no ano passado, nada menos de 15.891”]. (DIAS, 2004, p. 30)]. Assim, como protestar sobre algo que não se conhece e cuja percepção não é clara? Pense-se no seguinte exemplo: em um círculo de cem pessoas, toma-se de cada um R\$ 0.50. O total, de R\$ 50.00, é dado a um indivíduo, escolhido aleatoriamente. O fato deste subsídio (R\$ 50.00) ter seus custos dispersos por um grande número de pessoas torna seu custo imperceptível. Cumpre dizer que este exemplo, devido a David Friedman, está em Mitchell e Simmons (2004).

A oferta de atividades esportivas – e do futebol em particular – é feita por clubes, interessados em maximização de lucros, agindo sob um arcabouço institucional que nem sempre o favorece como se depreende dos problemas de corrupção envolvendo a CBF nos anos recentes. Vale dizer: a relação entre clubes e o Estado apresenta evidências – ao menos anedóticas – de comportamento *rent-seeking*.

Embora seja interessante se estudar o lado da oferta do futebol, nossa preocupação, como já destacado, é modesta, preliminar, e envolve apenas a demanda de futebol enquanto opção à outra forma de se alocar tempo livre: o protesto contra os impostos.

Além disso, no Brasil, estatísticas confiáveis sobre o futebol são escassas e muito recentes. Basicamente, a revista Placar (vide *site* <http://placar.abril.com.br>) é a fonte principal para este tipo de pesquisa. Mais recentemente a Fundação Getúlio Vargas tem divulgado dados sobre a economia do esporte, de modo geral (CHIARINI, 2002). Desde 1991, com o advento da TV a cabo, jogos de futebol passaram a ser ofertados também sob a modalidade *pay-per-view*. Isto altera o consumo de futebol do brasileiro? Adicionalmente, desde a primeira versão do atual “Brasileirão” muita coisa mudou no futebol brasileiro⁴. O (torcedor) brasileiro passou por anos de inflação elevada, “milagre” econômico, variações nas regras dos campeonatos, o surgimento das loterias estatais (na década dos 70), etc. Estes fatores ajudam a explicar o número de torcedores nos estádios em todos estes anos? Este artigo apresenta resultados preliminares para se tentar responder esta pergunta⁵.

⁴ Para um bom resumo sobre a história do futebol brasileiro, ver UNZELTE (2002) e AIDAR *et al.* (2002). Para comentários sobre a visão não-econômica do futebol como ópio do povo ver, por exemplo, LOVISOLO (s.d.) e SCHWARTSMAN (2002).

⁵ Ver ARAÚJO JR., MONASTÉRIO & SHIKIDA (2004) para uma resenha sobre o tema. A bibliografia citada neste artigo também é útil para se ter uma idéia da literatura sobre a *economia dos esportes*.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Nosso modelo postula uma relação de substituição entre “ir ao estádio de futebol” e “protestar contra aumentos de impostos”. O mecanismo de transmissão, portanto, seria o de, controlando por demais fatores, observar uma relação positiva entre aumentos da variável “montante de impostos” e “presença no estádio”. Não temos um modelo teórico sofisticado para analisar o problema, não obstante, podemos tentar detectar esta relação na forma de um possível fato estilizado. Para tanto, postulamos o seguinte modelo:

$$\log(\text{público pagante}) = a + b_1 \log(\text{IGP}) + b_2 \text{dummy}(\text{TV}) + b_3 \log(\text{jogos}) + b_4 \text{tendencia} + b_5 \log(\text{servidão}) + e$$

$$\log(\text{servidão}) = d + g(\text{PIB}) + u$$

Percebe-se que se trata de um sistema de equações. “Público pagante” é o número total de pagantes neste campeonato, anualmente medida desde 1971.

Supõe-se que: (I) a inflação prejudica o público pagante através da distorção do valor real que paga para ir ao estádio ($b_1 < 0$); (II) o surgimento da TV a cabo (aqui, medida em forma de *dummy*) pode ser complementar ou substituto dos jogos de futebol nos estádios - se o primeiro efeito for maior, então o surgimento da TV a cabo passa a incentivar a ida de torcedores ao estádio ($b_2 > 0$) - a partir de 1991 = 1, os anos anteriores = 0; (III) o número total de jogos deve apresentar uma relação direta com o número de pagantes ($b_3 > 0$); (IV) a tendência linear mostraria a evolução natural do campeonato de futebol - com o passar do tempo, estádios são construídos, melhoram as tecnologias institucionais (leis) e também as de oferta do futebol (e.g. tecnologias no treinamento de jogadores), de forma que deve haver uma relação direta com o público pagante ($b_4 > 0$); e, finalmente, (V) o aumento no período de *servidão*, nesta estimação, mostraria que o brasileiro médio, mesmo que pudesse se revoltar contra o aumento da carga tributária, usaria o futebol como ópio para esquecer a realidade, dado o custo mais elevado de protestar relativamente ao de assistir a um jogo de futebol. Neste caso, $b_5 < 0$.

Sobre esta última variável vale a pena alguns comentários. A *servidão* diz respeito ao total do número de dias dedicados ao pagamento de impostos ao Estado (em todas suas esferas: municipal, estadual e federal). Esta medida, assim, é obtida da seguinte forma: toma-se a carga tributária total do ano, em percentual do PIB, e multiplica-se este valor por 365. Supõe-se que a riqueza privada é

gerada durante todo o ano. Para se obter, por exemplo, a medida conhecida como *tax freedom day*, supõe-se, adicionalmente, que o trabalhador concentre-se em pagar todos os impostos no início do ano. Observe que esta hipótese é desnecessária para o cálculo dos dias de servidão do brasileiro, embora seja uma referência interessante.

Desta forma, há uma relação entre *servidão* e PIB, o que indica que este último deve ser utilizado como instrumento na estimação da primeira equação.

Vale frisar que os dados da presente pesquisa foram coletados de PLACAR (2004), IPEA (<http://www.ipeadata.gov.br>) e de cálculos que serviram de base para SHIKIDA, ARAÚJO JR. & HILLBRECHT (2004). O teste econométrico foi feito através do *software* EVIEWS.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabela 1 ilustra os resultados da estimação deste modelo para o período 1971-2003⁶. São apresentadas três equações, duas delas utilizando mínimos quadrados ordinários (MQO) e a última utilizando o método das variáveis instrumentais (VI), conforme proposto anteriormente.

Inicialmente, observe que nenhuma das regressões acima apresenta correlação serial dos resíduos ou heterocedasticidade (utilizou-se o método de White). Para as variáveis que não foram logaritimizadas temos que, inicialmente, a TV a cabo é complementar aos jogos de futebol nos estádios, enquanto a tendência linear mostra uma relação positiva com o público pagante.

As duas especificações que utilizam MQO apresentam variáveis significativas, a 5%, exceto o PIB. Na especificação com VI, os parâmetros não se alteram muito, e há uma ligeira melhora no R² ajustado (além de um significativo aumento no valor da estatística F). Entretanto, dado o caráter multiequacional do modelo proposto, é razoável se admitir que esta última especificação seja a mais adequada.

Tomando como referência esta última estimação, a interpretação das elasticidades é a seguinte: a elasticidade-inflação do público pagante é tal que um aumento de 1% no nível geral de preços (anual) gera uma queda de -0.07% no total de público pagante. Analogamente, a elasticidade-jogos do público pagante mostra que um aumento de 1% no número de jogos em um campeonato geraria um aumento de 0.49% no total de pagantes. O aumento de 1% nos dias de servidão que

⁶ O leitor pode observar que os dados estão no domínio do tempo. Isto, em princípio, seria um motivo para a aplicação prévia de testes de raízes unitárias nas séries. Entretanto, dado o curto período de tempo utilizado, optou-se por captar a tendência comum das séries na forma de uma tendência determinista. A lógica da mesma foi explicada acima.

o brasileiro tem com relação ao governo gera um aumento de 1.16% (praticamente 1%) no número de pagantes.

Tabela 1 – Resultados da análise econométrica

	Variável dependente: log(pub)		
	MQO		Variáveis Instrumentais
Constante	5.93 (3.82)	11.22 (1.17)	5.85 (3.74)
Log(IGP)	-0.07 (-4.43)	-0.07 (-4.48)	-0.07 (-4.42)
TV a cabo	0.52 (2.47)	0.50 (2.30)	0.52 (2.54)
Log(jogos)	0.50 (5.44)	0.51 (5.66)	0.49 (5.46)
Tendência determinista	0.03 (2.22)	0.04 (1.72)	0.03 (2.40)
Log(servidão)	1.14 (3.05)	0.99 (2.16)	1.16 (3.11)
Log(PIB)		-0.24 (-0.57)	
R2 ajustado	0.83	0.83	0.84
DW	1.99	2.01	2.00
F	27.31	27.56	34.07

Fonte: Cálculos dos autores

Nota: Estatísticas t, entre parênteses, sob o respectivo coeficiente.

O postulado efeito “ópio do povo”⁷ parece ocorrer quando se verifica esta última relação positiva entre os dias de servidão e o público pagante. Como citado

⁷ Se se imaginar o “futebol” como divertimento para o cidadão, não será difícil imaginá-lo como instrumento da classe dominante no campo “cultural”. Neste sentido, considere o seguinte: “*Em uma doutrina da ‘hegemonia’, Gramsci viu que a classe dominante não necessitava depender apenas do poder coercitivo do Estado ou mesmo de seu poder econômico direto para exercer o seu domínio, mas sim, através de sua hegemonia, expressa na sociedade civil e no Estado, os dominados podiam ser persuadidos a aceitar o sistema de crenças da classe dominante e compartilhar os seus valores sociais, culturais e morais*” (CARNOY, 1998, p.116).

acima, cientistas sociais (que não economistas) têm insistido, em diferentes ocasiões sobre a máxima romana do *panes et circenses*. Acusam, normalmente, o futebol de ser utilizado (pelo Estado) para fins de “alienação”. Embora seja distinto do argumento utilizado aqui, é uma hipótese similar. Observe-se que não se diz que indivíduos não possam se reunir e tentar alterar as políticas econômicas. Diz-se, isto sim, que uma das motivações de se comparecer ao estádio de futebol é devido ao efeito ópio.

Quanto aos economistas considere, por exemplo, Monteiro (2004). Em diversos trechos daquele texto ressalta-se o paradoxo da inação do brasileiro comum diante da intensa atividade discricionária dos políticos normalmente na direção de aumentos da carga tributária, notadamente nos anos 90. Existem várias explicações para este fato, normalmente baseadas em algum tipo de combinação entre a *ignorância racional* do eleitor e a ação dos grupos de interesse⁸.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo investigou a hipótese do “futebol como ópio do povo” sob uma perspectiva de Escolha Pública, sem desconsiderar outros fatores como o desenvolvimento tecnológico ou o crescimento econômico. Assumiu-se, aqui, que a predação tributária do governo gera sobre o brasileiro um efeito de frustração tal que o mesmo recorre a uma categoria diferente de “ópio”, o futebol.

Obviamente estes resultados são discutíveis em vários aspectos. Primeiro, pode-se contra-argumentar que o futebol é apenas “uma das válvulas de escape” do brasileiro. Entretanto, a popularidade do mesmo em relação a outros esportes ainda prevalece. Em segundo lugar, uma análise mais completa deveria considerar os efeitos *regionais* da presença do público em estádios. Por exemplo, uma estimação alternativa incluiria variáveis relacionadas à atividades como o consumo de drogas ilegais em termos estaduais. Neste sentido, uma sugestão de ampliação deste estudo consiste em se utilizar algum método de estimação de sistemas de equações para se verificar o efeito da *servidão* sobre o consumo de diversos tipos de “ópios”, por exemplo, futebol e consumo de drogas. Não é absurdo imaginar que haja um certo grau de substituição, para torcedores, entre futebol e drogas (embora, de forma bem-humorada, possamos dizer que, para alguns jogadores, estas atividades, freqüentemente, possam ser complementares). Adicionalmente, a disponibilização de dados em formato painel tornaria as estimativas mais robustas, embora, claro, trazendo mais dificuldades em termos de uma importante variável deste estudo, os *dias de servidão*.

Outro avanço importante consiste na criação de um modelo teórico

⁸ Ver MONTEIRO (2004) e, para um texto introdutório sob a mesma abordagem econômica da política, MITCHELL; SIMMONS (2004).

que dê conta dos fatos estilizados apresentados neste artigo. Afinal, a ampliação deste trabalho com a superação das limitações apontadas é tópico importante, por exemplo, para o aprofundamento de estudos que visem fundamentar a formulação de políticas públicas relativamente a esportes.

Claro, de maneira algo cínica – mas compatível com a hipótese aqui formulada - alguém poderia interpretar o incentivo aos esportes como um ópio alternativo aos aumentos da carga tributária. A vantagem, para o Estado, em relação ao uso de drogas, é que, como as mesmas são ilegais, há perda do poder estatal de coerção (para, por exemplo, traficantes), o contrário ocorrendo com os esportes. Esta hipótese, embora interessante, não foi testada e não pode ser inferida a partir da regressão estimada aqui.

Novamente, novos estudos podem ajudar a esclarecer os pontos levantados neste artigo.

6 BIBLIOGRAFIA

AIDAR, A. C. K. (Org.). **A nova gestão do futebol**. 2. ed. São Paulo: FGV, 2002.

ARAÚJO JUNIOR, A. F. de; MONASTERIO, L. M. M.; SHIKIDA, C. D. **Abrindo a caixa de surpresas: uma análise econométrica do futebol brasileiro**. (mimeo, 2004).

CARNOY, M. **Estado e teoria política**. Campinas: Papirus, 1998.

CBF. O futebol brasileiro. Disponível em: <<http://cbfnews.uol.com.br/cbf.jhtm>>. Acesso em: 20 maio, 2004.

CHIARINI, A. A indústria do esporte movimenta R\$ 25 bilhões e emprega 300 mil. **O Estado de São Paulo Online**, São Paulo, 19 maio, 2002. Disponível em <<http://www.marketingesportivo.cbj.net>>. Acesso em: 21 maio, 2004.

DAOLIO, J. **As contradições do futebol brasileiro**. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd10/daolio.htm>>. Acesso em: 19 maio, 2004.

DIAS, J. A. Empreendedores de todo o país, uni-vos contra os grilhões do fisco. In: **Primeira Leitura**, São Paulo, n. 37, mar. 2005.

FIFA. **The Official web site of the Fédération Internationale**. Disponível em: <www.fifa.com/en>. Acesso em: 20 maio, 2004.

FONSECA, R. G. da. O Brasil e sua imagem no exterior. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, a.17, n.76, set. 2003. Seção Exportações. Disponível em: <<http://www.funcex.com.br/bases/76-Brasillmag-RGF.pdf>>. Acesso em: 20 maio, 2004.

IPEA. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em: 20 maio, 2004.

LIMA, W. B. As copas de todos nós. **Vermelho**, Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/diario/2002/0521/wevergton_0521.asp?NOME=Wevergton+Brito+Lima&COD=777>. Acesso em: 18 maio, 2004.

LOVISOLO, H. **Ciências sociais do esporte**: além da crítica ou do caminho do aperfeiçoamento. Disponível em: <http://www2.uerj.br/~labore/esporte_baixo.htm>. Acesso em: 16 maio, 2004.

MITCHELL, W. C.; SIMMONS, R. T. **Para além da política**: mercados, bem-estar social e o fracasso da burocracia. Rio de Janeiro: Topbooks, 2004.

MONTEIRO, J. V. **Lições de economia constitucional brasileira**. São Paulo: FGV, 2004.

OFFE, C. **Modernity and the state**: east, west (studies in contemporary german social thought). Boston: The MIT Press, 1996.

PERES, R. Syncopated flux. **the common thread of Brazilian culture**. Disponível em: <<http://www.netvasco.com.br/mauroprais/futbr/culture.html>>. Acesso em: 20 maio, 2004.

PLACAR. Guia do Brasileirão 2004. Disponível em: <<http://placar.abril.com.br>>. Acesso em: 20 maio, 2004.

SALDANHA, J. **O futebol**. Rio de Janeiro: Bloch, 1971.

SCHWARTSMAN, H. Marx, Hegel e a Copa do Mundo. **Folha Online**, Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/ult510u62.shtml>>. Acesso em: 16 maio, 2004.

SHIKIDA, C. D.; ARAÚJO JUNIOR, A. F. de; HILLBRECHT, R. O. **Vícios públicos, servidão pública?** comentários sobre o tamanho ótimo do estado brasileiro, mimeo, 2004.

SOCIOLOGIA do esporte. Disponível em: <<http://www.rafaelporcari.hpg.ig.com.br/2-%20sociocultura.html>>. Acesso em: 18 maio, 2004.

UNZELTE, C. **O livro de ouro do futebol**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

WEBER, M. **Economia y sociedad**. Fondo de Cultura Económica: México, 1969, v. 1, p.18-23.