

É O FUTEBOL O ÓPIO DO POVO? UMA ABORDAGEM ECONÔMICA PRELIMINAR

Cláudio D. Shikida
claudiods@ibmecmg.br

Pery Francisco Assis Shikida
pfashiki@unioeste.br

(2004)

É O FUTEBOL O ÓPIO DO POVO? UMA ABORDAGEM ECONÔMICA PRELIMINAR¹

Cláudio D. Shikida^{*}

Pery Francisco Assis Shikida^{**}

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-chaves: Análise econométrica dos esportes, futebol, carga tributária.

IS THE SOCCER THE OPIUM OF THE PEOPLE? A PRELIMINARY ECONOMIC VISION

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. We argue that the increase in the State’s power to tax can occur without the correspondent reaction from the average Brazilian because he would substitute the

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.

^{*} Professor do Curso de Ciências Econômicas do IBMEC-MG. Rua Paraíba, 330, térreo. CEP: 30130-140. Belo Horizonte, MG. *E-mail:* claudiods@ibmecmg.br

^{**} 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:* pfashiki@unioeste.br

soccer for the reaction against the increasing size of the State. Preliminary evidence from the predatory action of the State explaining the number of people in the national soccer championship popularly known as “Brasileirão” is measured through the effect of the variable “days of serfdom”, using as control variables the technological/institutional innovations, the general level of prices and variations in the rules of the championship. We find that, *ceteris paribus*, an increase of 1% in the days of serfdom generates an increase of 1% in the yearly number of people in the stadium.

Key-words: Sportometrics, Soccer, Tax Burden

¿ES EL FÚTBOL EL OPIO DE LAS PERSONAS? UNA VISIÓN ECONÓMICA PRELIMINAR

Sinopsis: Una afirmación del sentido común - compartido por economistas y no-economistas - es que "el fútbol es el opio de las personas". Este artículo es un esfuerzo original por probar esta declaración. Se defiende que el aumento del poder del Estado para imponer contribuciones puede ocurrir sin la reacción correspondiente del brasileño común, porque él sustituiría “reacción” contra el tamaño creciente del Estado por el fútbol. Evidencias preliminares de la acción predatoria del Estado sobre el número de las personas en el campeonato del fútbol nacional ("Brasileirão") son captadas a través del efecto de la variable "días de servidumbre", usando como variables del mando las innovaciones tecnológicas/institucionales, el nivel general de precios y las variaciones de las reglas del campeonato. Fue encontrado que, *ceteris paribus*, un aumento de 1% en los días de servidumbre genera un aumento de 1% en el número anual de las personas en el estadio.

Palabra-clave: “Sportometrics”, Fútbol, Carga del Impuesto.

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. *“Dos US\$ 250 bilhões anuais que, estima-se, o futebol movimenta no mundo, o Brasil contribui com US\$ 32 bilhões”* (Confederação Brasileira de Futebol - CBF, 2004, p.1).

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 uma perspectiva econômica, especificamente, de Escolha Pública. Supondo um Estado Leviatã, no qual a ação individual no sentido de criar limites constitucionais ao mesmo possui papel pouco relevante, efetivamente falando, então é possível se imaginar que o futebol seja utilizado como válvula de escape para a frustração dos indivíduos. Isto é economicamente razoável quando se considera que sair em uma passeata de protesto possui custos concentrados e benefícios dispersos, enquanto ir ao jogo de futebol é um ato privado, no qual os indivíduos arcam com custos e benefícios da partida. Assim, *coeteris paribus*, é razoável que o futebol seja encarado como válvula de escape para

um aumento da carga tributária. No caso específico do Brasil pode-se, adicionalmente, dizer que a *complexidade tributária* é um incentivo para que o eleitor não proteste, mesmo sendo racional. 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.

Obviamente, 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.

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 futebol propriamente dito (com suas regras, campeonatos, glórias e inglorias), 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, Carnival and soccer. Practically everybody plays soccer, shows up for Carnival 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 as pessoas afirmarem 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*. 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, visto 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.

Diante desse cenário, se o futebol pode ser considerado, por uns, ópio do povo, devemos nos perguntar sobre como este ópio é consumido, numa linguagem peculiar ao *modus operandis* da Economia. O argumento econômico que usamos aqui – exposto na seção anterior – é o de que o indivíduo pode trocar protesto por futebol. Por que isto ocorreria? Pense-se na luta por aumentos de salário. É mais fácil agrupar indivíduos para uma luta de salários de uma empresa do que de uma categoria que, por sua vez, é ainda mais fácil como atrator de pessoas para o protesto do que tentativas de alterar o salário mínimo. A diferença, nestes casos, está no benefício e no custo que o indivíduo enxerga.

Protestar por uma redução da carga tributária total é um ato que individualmente envolve custos altos e benefícios reduzidos. Se se considerar um pouco menos de abstração, por exemplo, levando em conta que existem diversos estratos de renda, fica mais complicado ainda saber se os benefícios valem a pena relativamente aos custos de se sair em passeata. A complexidade tributária, no caso do Brasil, dificulta uma visão transparente de quanto cada indivíduo paga de impostos. Assim, se o indivíduo tiver de escolher entre “protesto” e “futebol”, provavelmente escolherá este último².

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 brasileiro³. 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 pergunta⁴.

3. Material e métodos

Para entender corretamente o que se apresenta a seguir, considere o seguinte modelo multiequacional que pretende explicar os determinantes do público pagante no campeonato brasileiro (“Brasileirão”) ao longo dos anos:

$$\log(\text{público pagante}) = \alpha + \beta_1 \log(\text{IGP}) + \beta_2 \text{dummy}(\text{TV}) + \beta_3 \log(\text{jogos}) + \beta_4 \text{tendencia} + \beta_5 \log(\text{servidão}) + \varepsilon$$

$$\log(\text{servidão}) = \delta + \gamma(\text{PIB}) + u$$

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

² 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.

³ 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).

⁴ 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*.

Supõe-se que: (i) a inflação prejudica o público pagante através da distorção do valor real que paga para ir ao estádio ($\beta_1 < 0$); (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 ($\beta_2 > 0$) - 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 ($\beta_3 > 0$); (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 ($\beta_4 > 0$); e, finalmente, (v) o aumento no período de *servidão*, nesta estimação, mostraria que o brasileiro médio, mesmo que pudesse se revoltar contra o aumento carga tributária, usaria o futebol como ópio para esquecer a realidade (talvez por se sentir sem ação diante do *Leviatã* brasileiro). Neste caso, $\beta_5 < 0$.

Sobre esta última variável valem 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 a seguir ilustra os resultados da estimação deste modelo para o período 1971-2003⁵. São apresentadas três equações, duas delas utilizando mínimos quadrados ordinários (MQO) e a última utilizando o método das variáveis instrumentais (VI), conforme proposto anteriormente.

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

⁵ 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.

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

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 logaritmizadas 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 R^2 ajustado (além de um significativo aumento no valor da estatística F).

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

O postulado efeito “ó pio do povo” parece ocorrer quando se verifica esta última relação positiva entre os dias de servidão e o público pagante. Como citado 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 ópio⁶.

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 interesse⁷.

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

⁶ 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).

⁷ Ver MONTEIRO (2004) e, para um texto introdutório sob a mesma abordagem econômica da política, MITCHELL & SIMMONS (2004).

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 drogas⁸. 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*.

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.

⁸ Embora, de forma bem-humorada, possamos dizer que, para alguns jogadores, estas atividades, freqüentemente, possam ser complementares.

Bibliografia

AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de. (orgs). **A nova gestão do futebol**. 2ª edição. São Paulo: FGV Editora, 2002.

ARAÚJO JR., 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 20/05/2004

CHIARINI, A. A indústria do esporte movimentou R\$ 25 bilhões e emprega 300 mil. O Estado de São Paulo Online, 19/05/2002. Disponível em <<http://www.marketingesportivo.cbj.net>>. Acesso em 21/05/2004.

DAOLIO, J. As contradições do futebol brasileiro. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd10/daolio.htm>>. Acesso em: 19/05/2004

FIFA. The Official web site of the Fédération Internationale... Disponível em: <www.fifa.com/en>. Acesso em: 20/05/2004

FONSECA, R. G. da. O Brasil e sua imagem no exterior. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, ano 17, n.76, set. 2003. Seção Exportações. Disponível em: <<http://www.funcex.com.br/bases/76-BrasilImag-RGF.pdf>>. Acesso em: 20/05/2004.

IPEA. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br>>. Acesso em: 20/05/2004

LIMA, W. B. As copas de todos nós. Vermelho, 21/05/2002 Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/diario/2002/0521/wevergton_0521.asp?NOME=Wevergton+Brito+Lima&COD=777>. Acesso em: 18/05/2004

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: 16/05/2004.

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 Editora, 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. 14/07/1997.
Disponível em: <<http://www.netvasco.com.br/mauproais/futbr/culture.html>>. Acesso em: 20/05/2004.

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

SCHWARTSMAN, H. Marx, Hegel e a Copa do Mundo. Folha Online, 06/06/2002.
Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/ult510u62.shtml>>. Acesso em: 16/05/2004.

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

SHIKIDA, C. D., ARAÚJO JR, 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: 18/05/2004

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. I, p.18-23.