

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE - UMA
ANÁLISE COMPARADA ÀS LEIS DE INCENTIVO
À CULTURA**

PERLA SOBRINO JOFFE
matrícula nº:105047375

ORIENTADOR: Prof. FABIO SÁ EARP

MARÇO DE 2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE ECONOMIA
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE - UMA
ANÁLISE COMPARADA ÀS LEIS DE INCENTIVO
À CULTURA**

PERLA SOBRINO JOFFE
matrícula nº:105047375

ORIENTADOR: Prof. FABIO SÁ EARP

MARÇO DE 2010

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade da autora

Dedico este trabalho ao meu avô materno, que sempre foi um exemplo e incentivou a minha formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha família que sempre me deu suporte para que completasse os meus estudos.

Agradeço, também, aos meus amigos do colégio e principalmente os feitos durante a faculdade, por serem uma extensão da minha família e por me darem paciência, estímulo, amor, carinho, e pelos debates, palavras e momentos em que me ajudaram a abstrair, além de terem me influenciado nesta trajetória.

Finalmente ao meu orientador Fabio Sá-Earp, que me deu a oportunidade de no início da faculdade aprender sobre a economia do entretenimento e por ser uma inspiração ao meu trabalho, e aos professores da banca pela atenção ao meu trabalho.

RESUMO

A monografia tem por objetivo analisar a Economia do Esporte no Brasil pela ótica da Lei de Incentivos ao Esporte e buscar as perspectivas para o setor. Para tal finalidade, primeiramente, faz-se uma revisão bibliográfica sobre o mercado perfeito na visão neoclássica e as falhas de mercado. Seguindo analisa-se a economia do esporte nos EUA, Canadá e Europa pelos principais esportes praticados nesses países. Na terceira parte, analisam-se as principais leis de incentivo a cultura que influenciaram a LIE. Por último avalia-se a LIE comparando-a com o esporte no mundo e na cultura. Chega-se a conclusão que as perspectivas para o desenvolvimento do setor no Brasil são positivas, principalmente se tiver uma constante avaliação da lei, dos investimentos feito tanto na esfera pública quanto privada e nas distorções que podem ser geradas.

SÍMBOLOS, ABREVIATURAS, SIGLAS E CONVENÇÕES

ANCINE	Agência Nacional de Cinema
CVM	Comissão de Valores Imobiliário
DOU	Diário Oficial da União
Embrafilme	Empresa Brasileira de Filme
Ficart	Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FSA	Fundo Setorial do Audiovisual
LIE	Lei de Incentivo ao Esporte
ME	Ministério do Esporte
MiLB	Minor League Baseball
MLS	Major League Soccer
MinC	Ministério da Cultura
NAIA	National Association of Intercollegiate Athletic
NBA	National Basketball Association,
NCAA	National Collegiate Athletic Association
NFL	National Football League
NJCAA	National Junior College Athletic Association
PIB	Produto Interno Bruto
Pronac	Programa Nacional de Apoio à Cultura
UEFA	União das Federações Europeias de Futebol

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
I.1 – O MERCADO PERFEITO	12
I.2 – FALHAS DE MERCADO.....	14
I.3 – APLICANDO A TEORIA AO ESPORTE	16
CAPÍTULO II – ECONOMIA DO ESPORTE EM OUTROS PAÍSES	21
II.1 – MODELOS ECONÔMICOS	21
II.2 – DADOS SOBRE ESPORTE NO MUNDO	23
II.2.1 – <i>O tamanho da economia do esporte</i>	23
II.2.2 – <i>Os salários dos Jogadores</i>	25
II.2.3 – <i>O Futebol na Europa: estrutura de receitas e gastos</i>	27
CAPÍTULO III – ECONOMIA DA CULTURA.....	32
III.1 – A LEI ROUANET.....	32
III.1.1 – <i>Descrição da Lei Rouanet</i>	33
III.1.2 – <i>O que essa Lei significou para o Setor</i>	40
III.1.3 – <i>Críticas à Lei</i>	59
III.2 – A LEI DO AUDIOVISUAL	64
III.2.1 – <i>Descrição da Lei do Audiovisual</i>	64
III.2.2 – <i>O que essa Lei significou para o Setor</i>	66
III.2.3 – <i>Críticas à Lei</i>	71
CAPÍTULO IV – O ESPORTE NO BRASIL	74
IV.1 – A LEI DO ESPORTE.....	74
IV.1.1 – <i>Descrição da Lei do Esporte</i>	74
IV.1.2 – <i>O que essa Lei vem significando para o Setor</i>	77
IV.1.3 – <i>Críticas à Lei</i>	85
IV.2 – COMPARAÇÃO DA LEI DO ESPORTE.....	86
IV.2.1 – <i>Com a Economia dos Esportes no Mundo</i>	86
IV.2.2 – <i>Com a Economia da Cultura</i>	89
IV.3 – PERSPECTIVAS PARA O SETOR.....	90
CONCLUSÃO	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS E TABELAS

GRÁFICOS

Gráfico 1: Receitas dos Clubes Do Futebol Europeu na Temporada 2009/2010	28
Gráfico 2: Número de Projetos Aprovados por Ano (1996-2009)	40
Gráfico 3: Número de Projetos Aprovados por Área (1996-2009)	41
Gráfico 4: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Área (1996-2009)	42
Gráfico 5: Número de Projetos Aprovados por Região (1996-2009)	43
Gráfico 6: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Região (1996-2009)	44
Gráfico 7: Número de Projetos Aprovados por Estado (1996-2009)	45
Gráfico 8: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Estado (1996-2009)	46
Gráfico 9: Número de Projetos com Captação de Recursos por Ano (1996-2009)	47
Gráfico 10: Número de Projetos com Captação de Recursos por Área (1996-2009)	47
Gráfico 11: Número de Projetos com Captação de Recursos por Ano e Área (1996-2009)	49
Gráfico 12: Número de Projetos com Captação de Recursos por Região (1996-2009)	50
Gráfico 13: Número de Projetos com Captação de Recursos por Ano e por Região (1996-2009)	51
Gráfico 14: Total da Captação de Recursos por Ano (1996-2009)	52
Gráfico 15: Total da Captação de Recursos por Área (Milhão) (1996-2009)	52
Gráfico 16: Total da Captação de Recursos por Ano e por Área (1996-2009)	54
Gráfico 17: Total da Captação de Recursos por Região (1996-2009)	55
Gráfico 18: Total da Captação de Recursos por Ano e por Região (1996-2009)	55
Gráfico 19: Total da Captação de Recursos por Estado (1996-2009)	56
Gráfico 20: Total da Captação de Recursos por Ano e por Estado (1996-2009)	57
Gráfico 21: Percentual Incentivado pelas 10 Maiores Empresas por Ano (2000-2009)	58
Gráfico 22: Valores Totais Incentivado pelas Estatais (2000-2008)	58
Gráfico 23: Valores Totais Investidos por Ano (1995-2008)	66
Gráfico 24: Valores Investidos por Artigo (1995-2008)	67
Gráfico 25: Valor Investido por Ano e por Artigo (1995-2008)	67
Gráfico 26: Produção de Filmes por Estado (1995-2008)	68
Gráfico 27: Gêneros de Longas Metragens	68
Gráfico 28: Número de Projetos Aprovados por Ano	78
Gráfico 29: Número de Projetos Aprovados por Porte Orçamentário do Projeto	78
Gráfico 30: Número de Projetos Aprovados por Manifestação	79
Gráfico 31: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Manifestação	79
Gráfico 32: Número de Projetos Aprovados por Região	79
Gráfico 33: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Região	80
Gráfico 34: Número de Projetos Aprovados por Estado	80
Gráfico 35: Número de Projetos Aprovados por Ano e por Estado	81
Gráfico 36: Número de Projetos Captados por Porte Orçamentário do Projeto	81
Gráfico 37: Número de Projetos Captados por Manifestação	82
Gráfico 38: Número de Projetos Captados por Região	82
Gráfico 39: Número de Projetos Captados por Estado	83
Gráfico 40: Captação de Recursos por Ano	83
Gráfico 41: Captação de Recursos por Manifestação	84
Gráfico 42: Captação de Recursos por Região	84
Gráfico 43: Captação de Recursos por Estado	84
Gráfico 44: Fonte de Receita dos Clubes Brasileiros em 2008	87
Gráfico 45: Receita dos Clube do Futebol Brasileiro em 2008	88

TABELAS:

Tabela 1: Os 30 Maiores Salários de Jogadores de Futebol (2009/2010)	18
Tabela 2: Receitas de Bilheteria 2009 do Campeonato Brasileiro – Série A	19
Tabela 3: PIB do Esporte em bilhões de US\$	24
Tabela 4: Os 10 Clubes Mais Valiosos do Mundo	24
Tabela 5: Os 10 Maiores Salários da MLS em 2009	25
Tabela 6: Os 10 Maiores Salários da NBA Temporada de 2008/2009	26
Tabela 7: Os 10 Maiores Salários da MLB em 2009	26
Tabela 8: Os 10 Maiores Salários da NFS em 2009	27
Tabela 9: Os 10 Maiores Incentivadores pelo Art.1º da Lei do Audiovisual (1995/2008)	69
Tabela 10: Os 10 Maiores Incentivadores pelo Art.1º - A da Lei do Audiovisual (2007/2008)	69
Tabela 11: Filmes Brasileiros Lançados entre 2000 e 2008	70
Tabela 12: Maiores Incentivadores através da LIE	85
Tabela 13: O PIB do Brasil e o PIB do Esporte Brasileiro	87
Tabela 14: Total Investido nas Leis Rouanet e do Esporte (2007/2009)	90

INTRODUÇÃO

As razões para se estudar a economia do esporte são muitas e de várias naturezas. É inegável que o esporte contribui para o bem-estar da população, a criação e o reforço de uma identidade nacional, etc. Para a sociedade o investimento no setor leva a ganhos no lado social, pois através da prática de esporte ensina-se aos jovens valores como respeito ao próximo, disciplina, concentração, etc. Para os adultos, significa a possibilidade de um bem estar continuado e uma velhice com mais saúde.

Além disso, argumentos econômicos fortes demonstram que tal investimento movimentou a economia do entretenimento. Estudos norte-americanos feitos na década passada já indicavam que o setor esportivo era, economicamente, o décimo primeiro no mundo movimentando somente nos Estados Unidos, em 1997 cerca de 150 bilhões de dólares, como revelou Stotlar (2005).

O investimento neste setor no Brasil cresce a cada ano, como se verá no quarto capítulo, porém com algumas distorções que demonstram a necessidade de intervenção do Estado para tentar diminuir as falhas e aumentar o bem estar para a sociedade.

Com base nisso fez-se necessária a Lei do Esporte Nº 11.438 sancionada em dezembro de 2006 dispondo sobre incentivos e benefícios fiscais com o objetivo de promover todas as atividades de caráter desportivo. Deste modo, o estudo da Lei de Incentivo ao Esporte se justifica por esse ser o principal instrumento de fomento a todos os desportos, por ser resultante diretamente da Lei de Incentivo a Cultura, a Rouanet, e indiretamente da Lei do Audiovisual, as quais são as responsáveis pelo fomento a atividade cultural.

O patrocínio a esportes de rendimento, isto é, em atletas, clubes, campeonatos e eventos esportivos voltados para competição já era muito vantajoso para empresas, já que o retorno pelo marketing efetuado era evidente. Além desse retorno, os projetos sociais ligados ao esporte também davam um retorno de imagem positivo já que esse investimento demonstrava responsabilidade social da empresa.

Depois da aprovação da Lei de Incentivo ao Esporte, o investimento tornou-se ainda mais vantajoso nas diversas manifestações, já que agora este conta com o benefício de isenções fiscais.

O objetivo deste trabalho é analisar o setor esportivo no Brasil e especificamente avaliar a capacidade da Lei do Esporte de fomentar o investimento no setor. Dessa forma, pretende-se estudar a eficiência da Lei para o fomento ao esporte.

Para chegar a este objetivo, estrutura-se a monografia em quatro capítulos. O primeiro é composto pela fundamentação teórica, estudando a visão neoclássica de mercado competitivo e o conceito de falhas de mercado, encerrando-o com a aplicação da teoria à economia do esporte.

No segundo serão estudadas as economias do esporte desenvolvidas através do modelo de negócios aplicados nos principais esportes, nos Estados Unidos, Canadá e Europa

O terceiro apresenta um estudo da economia da cultura focado nas Leis Rouanet e do Audiovisual, que serviram de inspiração para criação da Lei do Esporte, através de suas respectivas descrições, demonstrando posteriormente o que elas significaram para o setor e apresentando suas críticas. Somando-se ao capítulo 2, monta-se uma base para comparação e para traçar as perspectivas de desenvolvimento do setor esportivo.

No quarto capítulo é estudado o setor esportivo no Brasil, com foco na Lei do Esporte, fazendo sua descrição e avaliação, terminando o capítulo pela delimitação das perspectivas do setor.

CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O primeiro capítulo desta monografia é composto pela fundamentação teórica e tem por objetivos fazer uma breve revisão bibliográfica sobre a visão neoclássica de mercado competitivo e falhas de mercado.

A primeira seção mostrará a visão de mercado competitivo e livre concorrência para a teoria neoclássica. A seção posterior apresentará o conceito de falhas de mercado e descrevê-las-á. Na terceira e última seção será aplicada esta teoria à economia do esporte, objeto o qual a monografia trabalha.

1.1 – O Mercado Perfeito

Para tratar de falhas de mercado deve-se falar primeiramente da visão neoclássica de mercado competitivo ou mercado perfeito. Para isso, deve-se lembrar que Jevons, um dos pioneiros da “revolução marginalista” em 1870, começa a discussão sobre estrutura de mercado dizendo:

um mercado é totalmente perfeito apenas quando todos os comerciantes têm perfeito conhecimento das condições de oferta e procura, e da relação de troca conseqüente; e em qualquer momento nesse mercado... poderá haver apenas uma relação de troca de um bem homogêneo. (JEVONS, 1983, p.70-71).

Walras, através de um modelo matemático, estabeleceu o equilíbrio de mercado onde os preços e quantidades de bens são simultaneamente determinados igualando os preços de “demanda efetiva de cada mercadoria” (WALRAS, 1983, p.87) a “oferta efetiva” (WALRAS, 1983, p.87) de cada mercadoria. Isto é, “o equilíbrio geral é ao mesmo tempo, e necessariamente, o equilíbrio de cada mercado em particular”. (TEIXEIRA, 2002, p.6)

Marshall (1890) escrevendo depois de Jevons, Walras e Menger determinou o equilíbrio de mercado por um caminho diferente de seus antecessores. O autor isolou um produto dentro do sistema econômico e determinou as condições de equilíbrio desse mercado

particular. Construiu então, uma curva de demanda a partir da lei da variação do grau de utilidade estabelecida por Jevons, supondo por simplificação que a utilidade marginal do dinheiro era constante.

A partir dessa hipótese, o autor construiu uma curva de demanda negativamente inclinada e uma curva de oferta positivamente inclinada. Contudo, para que esta hipótese seja viável a indústria deve operar sob a lei dos rendimentos decrescentes, isto é, negando as economias de escala. Se ocorresse o contrário, isto é, a firma operar sob leis de rendimentos crescentes “sua curva de oferta seria negativamente inclinada o que poderia tornar inalcançável o equilíbrio”. (TEIXEIRA, 2002, p.7)

Marshall definiu as hipóteses básicas para a existência da concorrência perfeita, a saber:

- a) Mercado formado por um grande número de empresas que podem ser grandes, mas não conseguem ter poder de mercado, ou seja, não há poder monopsonico;
- b) As empresas tomam decisões de forma descentralizada, isto é, são tomadoras de preço;
- c) O produto é homogêneo, ou seja, as características dos produtos e serviços associados a sua venda são as mesmas para todas as empresas;
- d) Existe completa liberdade de acesso ao mercado, ou seja, não há barreiras à entrada ou à saída de empresas da indústria ou mercado;
- e) Todos os agentes econômicos possuem perfeito conhecimento das condições do mercado, isto é, a informação é livre e sem custo e não existe incerteza sobre o comportamento futuro dos mercados;
- f) O objetivo das empresas é a maximização de lucros, o que lhes confere apenas não sofrer prejuízos.

Escrevendo no século XX George Stigler faz a distinção entre mercado perfeito e competição perfeita. Para o autor, mercado é uma instituição na qual as trocas são realizadas. Ele executa sua função eficientemente quando todo comprador obtém o produto se estiver disposto a pagar mais que o mínimo encontrado e todo vendedor

vende o produto por menos que o preço máximo encontrado. Um mercado executa sua função de forma eficiente se os produtos são bem especificados e se os compradores e vendedores são plenamente informados das suas propriedades e preço.

A competição num mercado perfeito prevalece quando há um número grande e indefinido de comerciantes (nenhum controlando uma parte significativa da demanda ou da oferta), agindo de forma independente. Um mercado perfeito é aquele onde os comerciantes têm pleno conhecimento de toda a oferta e seus preços de oferta. Para o autor, é mais provável que um mercado perfeito exista em regime de monopólio, uma vez que assim o conhecimento completo é mais fácil de atingir.

Stigler salienta que o mercado pode ser perfeito e monopolista ou imperfeito e competitivo e que é um erro tratar o mercado como um conceito subsidiário à competição.

Com essas premissas básicas estabelecidas para o perfeito funcionamento da livre concorrência olha-se para o mundo real, para a economia de um país real e percebe-se que as empresas e os mercados não obedecem a essas premissas. Ou seja, o mecanismo de preços não captura todos os benefícios e custos de oportunidade associados à produção e ao consumo de bens. Nessa e em outras situações ocorre o que os economistas neoclássicos denominam falhas de mercado.

O conceito de falhas de mercado, as principais falhas e a descrição delas serão tratadas na seção seguinte.

1.2 – Falhas de Mercado

Diz-se que ocorre uma falha de mercado quando os mercados não são e/ou são pouco regulados pelo Estado, ou seja, são deixados para que funcionem livremente e acabam gerando um funcionamento subótimo com perdas econômicas e de bem-estar para os agentes envolvidos, gerando resultados econômicos não eficientes e/ou pouco desejáveis do ponto de vista social.

As principais falhas de mercado são: situações de oligopólios ou monopólios, externalidades, bens indivisíveis, direitos de propriedade comum, diferenças quanto às

preferências intertemporais e assimetria de informação. Tais falhas justificam a intervenção do Estado na economia utilizando-se de políticas industriais com os objetivos de regular, corrigir e garantir uma melhor distribuição dos recursos da economia evitando a concentração do poder de mercado das empresas. A seguir, cada uma dessas falhas será explicada.

Situações de oligopólio ou de monopólio representam falhas de mercado, pois muitas vezes decorrem da existência de economias de escala, ou seja, os custos unitários de produção diminuem à medida que há elevação da produção. “Se a empresa se depara com custos médios de longo prazo decrescentes, ou pelo menos, não-crescentes, a situação de monopólio natural poderá ter lugar.” (FERRAZ, 2002, p.552). A situação de monopólio retrata que a empresa tem poder de mercado significativo, e que se não regulada, poderá fixar preços mais altos e uma quantidade menor de produtos do que os da situação de concorrência perfeita.

Externalidades ocorrem quando decisões de alguns agentes econômicos afetam positiva ou negativamente as decisões de outros agentes. Exemplos de externalidades negativa e positiva estão relacionados à poluição.

Considerem-se duas empresas, sendo uma refinaria de produtos petrolíferos e uma fábrica de pescado. A refinaria, obviamente, produz não somente derivados de petróleo, mas também poluição marinha. Assim, a poluição é um custo para a fábrica de pescado, mas não para a refinaria que define sua produção em função dos custos e preços dos seus produtos. A consequência desta externalidade é a ineficiência alocativa, pois haverá excesso de produção de derivados de petróleo e subprodução de pescado. Analogamente, uma externalidade positiva (ou sinergia), como um distrito industrial, não seria captada na contabilidade individual de cada agente, levando a um subinvestimento em cada uma das atividades. (FERRAZ, 2002, p.551).

Os bens indivisíveis são aqueles que possuem as seguintes características: a não exclusividade, ou seja, a propriedade do bem não pode ser atribuída a um único agente; e a não rivalidade, isto é, o acesso de novos consumidores ao consumo desse bem não aumenta seu custo. Os bens indivisíveis são os bens públicos que devem ser oferecidos a toda a população, não podendo ser de privilégio apenas de um indivíduo ou um grupo e a agregação de novos consumidores não altera o custo desses bens.

Os bens de propriedade comum podem levar os agentes econômicos a terem “comportamentos incompatíveis com o ótimo social” (FERRAZ, 2002, p.552). Ou seja,

“quando os direitos de propriedade não são apropriáveis individualmente” (FERRAZ, 2002, p.552) podendo não incentivar a conservação ou a melhoria das propriedades comuns.

Diferenças quanto às preferências intertemporais “ocorrem quando os agentes privados e sociedade divergem quanto à preferência entre consumo corrente e futuro de um bem ou serviço” (FERRAZ, 2002, p.552). Um exemplo é a pesquisa científica, que apresenta um retorno demorado do investimento, mas é de interesse de toda a sociedade, podendo ficar em segundo plano para os agentes privados.

Por último, a assimetria de informação significa que nem todos os agentes econômicos têm acesso a todas as informações que envolvem as transações no mercado afetando os resultados dessas transações.

1.3 – Aplicando a Teoria ao Esporte

Nesta seção será feita uma breve apresentação da estrutura de mercado do basebol e do futebol brasileiro e europeu utilizando os conceitos de concorrência imperfeita, oligopólio e falhas de mercado.

Nessa atividade a concorrência é imperfeita através de cartéis que garantem barreira à entrada intransponível nos principais esportes dos EUA, como o basebol, onde as ligas determinam o número de times em cada uma e por oligopólios no futebol do Brasil e da Europa com barreiras à entrada de difícil transposição, que só é vencida por bom desempenho e superação das dificuldades econômicas.

O basebol é caracterizado pela existência de ligas esportivas, a Major League Baseball (MLB) e a Minor League Baseball (MiLB). A MLB opera as duas melhores ligas, a National League e a American League. A MiLB opera as ligas menores.

A National League e a American League dividem as equipes, limitadas por um número fixo, em East, Central e West. Dessa maneira, alocam franquias em cidades de porte semelhante para evitar que times de cidades maiores usufruam de benefícios por terem maiores bases de torcedores ou consumidores.

A competição se dá por uma temporada regular com 162 partidas em que cada time joga um contra os outros; *playoffs* caracterizado pelo ‘mata-mata’ em que são organizados duas chaves, uma para cada liga; e a world series, as finais da MLB, entre os campeões da American League e da National League. Assim como nos playoffs também é jogada em uma série ‘melhor-de-sete’.

A Major League Baseball tem um sistema de ligas menores associadas, onde são desenvolvidos jovens talentos. Embora a maioria das equipes menores seja de propriedade independente, elas geralmente têm contrato com uma equipe da liga principal, que contrata e paga os jogadores e os atribui a um determinado nível na hierarquia da segunda divisão. As equipes como um todo não podem mover para cima ou para baixo os níveis.

Além dos fatos já citados acima, essa estrutura de mercado cartelizada estabeleceu a divisão de receitas destinadas às ligas, que as redistribuem em cotas igualitárias para todos os filiados, determinando um teto salarial, o “*salary cap*”, para os atletas com a finalidade de evitar o aumento de custos dos times e dividir o “talento” da sua mão-de-obra de maneira mais justa.

Já o futebol, no Brasil, é organizado pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF) com 27 federações filiadas, uma por estado, e cada uma com muitos clubes filiados. Nessa organização existe um Campeonato Brasileiro de Futebol, coordenado pela CBF, de pontos corridos em que 20 times da série A, os da primeira divisão, competem entre si em dois turnos. O campeão é o que tem mais pontos, os quatro últimos caem para a série B e os quatro primeiros da série B sobem para a primeira divisão.

Além do campeonato brasileiro da série A, há o campeonato brasileiro das divisões B, C (com funcionamento idêntico ao da primeira divisão) e D (apresentando diferenças em relações aos demais, como por exemplo, no número de clubes e na conta classificação que é via os campeonatos estaduais); há a Copa do Brasil de Futebol que é realizada com 64 clubes dos 27 estados; campeonatos estaduais, coordenados pelas federações; e a Copa Libertadores da América, realizada todos os anos pela Confederação Sul-Americana de Futebol com equipes das dez associações sul-americanas mais o México, na qual o vencedor participa da Copa do Mundo de Clubes da FIFA e da Recopa Sul-Americana.

Essa estrutura é a mesma para o futebol europeu, isto é, geradora de desigualdades entre os clubes; ascensão e descida entre divisões; disparidades de receitas nas diferentes divisões e dentro delas; tendência a disparidade no tamanho das torcidas; e altos custos para os times em decorrência dos salários dos jogadores, já que aos melhores são oferecidos salários muito maiores.

No que diz respeito aos salários dos jogadores, pode-se observar na Tabela 1 que os 30 maiores salários do futebol estão na Europa (com exceção do Robinho que hoje está emprestado ao Santos, mas na tabela aparece pelo que ele recebia no Manchester City), que os salários variam de 5.500.000 € a 13.000.000 € anuais e que quatro dos 30 maiores salários são de jogadores brasileiros.

Tabela 1 – Os 30 Maiores Salários de Jogadores de Futebol (2009/2010)

#	Jogador	Clube	Salário Anual
1	Cristiano Ronaldo	Real Madrid CF	13.000.000 €
2	Zlatan Ibrahimovic	FC Barcelona	12.000.000 €
3	Lionel Messi	FC Barcelona	10.500.000 €
4	Samuel Eto'ó	Internazionale	10.500.000 €
5	Ricardo Kaká	Real Madrid CF	10.000.000 €
6	Emmanuel Adebayor	Manchester City	8.500.000 €
7	Karim Benzema	Real Madrid CF	8.500.000 €
8	Carlos Tevez	Manchester City	8.000.000 €
9	John Terry	Chelsea FC	7.500.000 €
10	Frank Lampard	Chelsea FC	7.500.000 €
11	Thierry Henry	FC Barcelona	7.500.000 €
12	Xavi	FC Barcelona	7.500.000 €
13	Ronaldinho Gaúcho	AC Milan	7.500.000 €
14	Steven Gerrard	Liverpool FC	7.500.000 €
15	Daniel Alves	FC Barcelona	7.000.000 €
16	Michael Ballack	Chelsea FC	6.500.000 €
17	Raúl Gonzalez	Real Madrid CF	6.500.000 €
18	Rio Ferdinand	Manchester United	6.500.000 €
19	Kolo Touré	Manchester City	6.500.000 €
20	Wayne Rooney	Manchester United	6.000.000 €
21	Robinho	Manchester City	6.000.000 €
22	Iker Casillas	Real Madrid CF	6.000.000 €
23	Victor Valdéz	FC Barcelona	6.000.000 €
24	Frederic Kanouté	Sevilha FC	6.000.000 €
25	Deco	Chelsea FC	6.000.000 €
26	Didier Drogba	Chelsea FC	5.500.000 €
27	Gianluigi Buffon	Juventus	5.500.000 €
28	Francesco Totti	AS Roma	5.500.000 €
29	Luca Toni	AS Roma (emp)	5.500.000 €
30	David Villa	Valência	5.500.000 €

Fonte: Futebol Finance (2010)

No tocante a receita de bilheteria, pode-se notar na Tabela 2 que na temporada de 2009 do Campeonato Brasileiro existe um verdadeiro abismo entre o público e receitas dos 20 clubes da competição. Os números demonstram, ainda, o efeito do aumento do preço dos bilhetes nos jogos no caso de algumas equipes. Os torcedores do Corinthians e Palmeiras, por exemplo, pagam em média R\$ 31,30 e R\$ 26,84 pelas entradas, respectivamente, o que permitiu aos times faturar mais que rivais que apresentavam médias de público superiores.

Outro ponto relevante no que diz respeito à receita de bilheteria é que mesmo somada às outras fontes que compõem as receitas dos clubes brasileiros, essas receitas não são suficiente para pagar um dos 30 maiores salários dos jogadores europeus da tabela 1 acima, como será visto no capítulo 4.

Tabela 2 – Receitas de Bilheteria 2009 do Campeonato Brasileiro – Série A

#	Clubes	Reais	Euros	Público
1	Flamengo	14.500.000	5.627.000	40.036
2	Corinthians	12.500.000	4.851.000	20.213
3	São Paulo	12.400.000	4.813.000	26.305
4	Palmeiras	12.300.000	4.774.000	18.425
5	Atlético/MG	10.500.000	4.075.000	38.761
6	Cruzeiro	7.100.000	2.755.000	21.973
7	Grêmio	6.400.000	2.484.000	17.776
8	Atlético/PR	6.100.000	2.367.000	16.280
9	Internacional	5.800.000	2.251.000	18.323
10	Vitória	5.300.000	2.057.000	13.391
11	Coritiba	5.000.000	1.940.000	16.817
12	Fluminense	4.800.000	1.863.000	22.042
13	Goiás	4.300.000	1.669.000	11.944
14	Sport	3.700.000	1.436.000	17.896
15	Botafogo	3.400.000	1.319.000	14.373
16	Náutico	2.990.000	1.160.000	13.863
17	Santos	2.930.000	1.137.000	9.242
18	Santo André	2.300.000	892.000	4.796
19	Avaí	1.400.000	543.000	9.983
20	Barueri	1.200.000	465.000	3.691

Fonte: Futebol Finance (2009)

Na indústria esportiva do Brasil o futebol é o principal esporte e se mantém mesmo que precariamente com os outros esportes muito dependentes “do esporte de elite” nos clubes que apresentam equipes de competição de outros desportos. A falta de incentivo ao patrocínio dos outros esportes além do “esporte de elite”, o futebol, fez necessário a

aprovação por parte do Governo Federal de uma lei que concede benefícios fiscais às empresas para que elas patrocinem outros esportes e outras manifestações que não sejam a de alto rendimento, esportes de competição.

Essa estrutura de concorrência entre os clubes e entre os diferentes esportes gera falhas de mercado que demonstram a necessidade de regulação por parte de um agente externo adotando mecanismos e políticas que atenuem ou anulem as disparidades geradas pela existência das mesmas.

O capítulo seguinte dará um panorama da economia do esporte no mundo de acordo com a estrutura de mercado do futebol, que como foi analisado é baseado em estruturas oligopólicas, e dos outros esportes que tem de uma maneira geral a mesma estrutura do beisebol, baseado em cartéis.

CAPÍTULO II – ECONOMIA DO ESPORTE EM OUTROS PAÍSES

O segundo capítulo apresenta a economia do esporte em outros países com o objetivo de mostrar as diferenças dadas ao esporte no mundo.

Para isto, o capítulo foi dividido em duas partes. Na primeira é apresentado o modelo econômico dos principais esportes do EUA, Canadá e Europa. A segunda subdivide-se em três partes, tratando do tamanho da economia do esporte através do PIB esportivo e do tamanho das maiores equipes, sendo a segunda responsável pela análise dos salários dos melhores jogadores dos principais esportes dos Estados Unidos e Europa, e o terceiro apresenta e estuda a estrutura de receita e gasto dos times europeus.

II.1 – Modelos Econômicos

Nos EUA, Canadá e nos principais países europeus os esportes se organizam por ligas esportivas. Essas ligas têm a atribuição de definir critérios técnico-esportivos, calendários, adoção de barreiras a entrada de novos times aos campeonatos, etc.

As ligas profissionais americanas mais importantes são National Basketball Association (NBA), a National Football League (NFL), a Major League Baseball (MLB) e a Major League Soccer (MLS). Essas ligas, em conjunto com as universitárias, movimentam mais de US\$ 31,76 bilhões em receitas segundo o Sportbusiness Journal.

As ligas universitárias são muito importantes, pois nelas são revelados os principais os jogadores que entram nas ligas profissionais. No basquete, por exemplo, os melhores da liga universitária geralmente vão para os piores times com “o objetivo de garantir uma maior competitividade e conseqüentemente atratividade do produto para o público, TVs e patrocinadores” (NETO, 1995, p.175).

As ligas universitárias americanas são: a National Collegiate Athletic Association (NCAA), a National Association of Intercollegiate Athletic (NAIA) e a National Junior College Athletic Associatio (NJCAA).

A NCAA possui três divisões e impõe restrições de filiação por conta de números de esportes e bolsa. Para fazer parte da divisão I, uma instituição deve ter bolsas disponíveis para atletas em pelo menos 14 esportes. Na divisão II, as universidades devem oferecer bolsa a atletas em no mínimo 10 modalidades. Por último, a divisão III é composta por universidades que competem em no mínimo 10 esportes, mas não há o oferecimento de bolsas para os atletas.

A NAIA foi criada por instituições que discordavam da NCAA. Essa liga não tem divisões e possui, além dos membros americanos, seis canadenses.

A NJCAA tem as Junior Colleges, faculdades de dois anos apenas, como membros.

A separação total por divisão só é mandatória na hora dos playoffs das conferências, que por sua vez são segmentações menores das quais os times universitários participam, do contrário os times das diferentes divisões se enfrentam, assim como os das diferentes ligas.

No total, há quase 2.000 times universitários nos EUA. A NCAA tem 1.025 deles, com 326 na divisão I, 279 na divisão II e 420 na divisão III. A NAIA possui 307 membros, enquanto 510 são filiados à NJCAA.

Essa estrutura demonstra que os esportes estão presentes nas universidades tendo muita importância. No quesito infra-estrutura, as universidades de uma maneira geral apresentam bons centros de treinamento, como a University of Florida e a University of Southern California cujos centros de treinamento estão entre os melhores do mundo, com destaque para os de natação, de onde já saíram inúmeros medalhistas olímpicos. Muitos atletas, como os brasileiros, Gabriel Mangabeira, Rodrigo Castro e Leonardo Costa, inclusive atualmente treinam nestes centros.

Na estrutura profissional, os agentes econômicos americanos apresentam uma perspectiva de gerência da indústria esportiva voltada para a obtenção de viabilidade econômica e operacional. Nesse raciocínio, desenvolveram um modelo econômico baseado em três pilares: associação com a mídia, atração de patrocinadores e relacionamento com o torcedor.

O modelo europeu apresenta uma série de semelhanças com o americano, entretanto com algumas peculiaridades devido ao seu desenvolvimento tardio, mas já com a

adoção de um modelo de negócios moderno pautado na viabilidade econômica. Além disso, ao contrário do que acontece nos EUA, o futebol é isolado o de maior destaque entre os demais esportes.

As ligas européias não dividem os direitos de TV igualmente entre os clubes, assim como é feito nas ligas americanas. O licenciamento e a venda de produtos, patrocínio, fornecimento de material esportivo e exploração dos estádios são de responsabilidade de cada um dos clubes. Esses fatos, juntos com a possibilidade de ascensão e descida entre as divisões, os tamanhos das torcidas e os gastos com salário dos jogadores geram distorções entre os integrantes das ligas.

A seguir será visto a importância em números desses esportes.

II.2 – Dados sobre esporte no mundo

Essa sessão se subdivide-se em três. Na primeira mostra-se o PIB do esporte, na segunda os salários dos jogadores na terceira a estrutura de receita e gastos dos times, mais especificamente do futebol na Europa.

II.2.1 – O tamanho da economia do esporte

O primeiro indicador de importância da economia do esporte é o PIB esportivo. Esse indicador mostra o quanto a economia do esporte gerou de riqueza nos respectivos países.

Da Tabela 3 percebe-se dos países analisados que os EUA é o que tem o maior PIB, enquanto o Canadá é o que tem menor. A China, um país que apresenta um crescimento econômico acelerado ao longo dos anos, por exemplo, apresenta também um crescimento acelerado no setor e nas riquezas geradas por ele.

Percebe-se, ainda que dos países europeus a França e a Alemanha apresentam o mesmo valor, porém com crescimento menor do que o da China que sai em 1991 de 16,5 bilhões de dólares para 40,9 bilhões de dólares em 2004.

Com esse indicador mostra-se a importância desse setor nos países e no mundo já que a riqueza gerada por ele é grande, girando em torno dos bilhões de dólares.

Tabela 3 - PIB do Esporte em bilhões de US\$

País / ano	1999	2000	2001	2002	2003	2004
EUA	198,1	204,4	210	213,1	219,4	227,8
Canadá	6,8	7,4	8,8	9	9,2	9,9
Reino Unido	20,5	21,1	22,1	25,9	27,6	N.D.
França	31	31,9	32,7	33,6	35,1	36,1
Alemanha	31,2	32,8	32,9	34,5	35,9	36,9
China	16,5	22,5	25,9	29,8	35,8	40,9

Fonte: SPORTV (2006)

Na Tabela 4 tem-se uma avaliação feita pela revista Forbes com os clubes mais valiosos do mundo, tendo em conta todos os desportos praticados. Nesse ranking, apenas três são equipes de futebol, uma de basebol e as outras seis são do futebol americano. O time inglês Manchester United surge no primeiro lugar, avaliado em 1.296 milhões de Euros, seguido pela equipe de futebol Americano Dallas Cowboys, avaliada em 1.144 milhões de Euros.

Esse dado também é relevante por mostrar o tamanho destas “empresas”, clubes, que pela avaliação da revista Forbes são mais valiosas que muitas empresas importantes de outros setores da economia.

Tabela 4 – Os 10 Clubes Mais Valiosos do Mundo

#	Clube	País/Desporto	Avaliação (€ Milhões)
1	Manchester United	Inglaterra/Futebol	1.296
2	Dallas Cowboys	USA/Futebol Americano	1.144
3	Washington Redskins	USA/ Futebol Americano	1.074
4	New York Yankees	USA/Basebal	1.040
5	New England Patriots	USA/Futebol Americano	943
6	Real Madrid	Espanha/Futebol	938
7	Arsenal	Inglaterra/Futebol	831
8	New York Giants	USA/Futebol Americano	820
9	New York Jets	USA/Futebol Americano	811
10	Houston Texans	USA/Futebol Americano	797

Fonte: FORBES (2009)

II.2.2 – Os salários dos Jogadores

Nesta parte analisa-se o salário dos jogadores das ligas de futebol, basebol, basquete e futebol americano. Esses dados correspondem a um dos principais gastos fixo dos clubes nas suas respectivas ligas.

A Tabela 5 mostra os 10 maiores salários da MLS em 2009. Percebe-se ao compará-la com a Tabela 1 (do capítulo anterior) que a realidade dos salários do futebol dos Estados Unidos é bem diferente da européia. À exceção de David Beckham, que ganha o dobro do segundo jogador mais bem pago, nota-se que as remunerações praticadas na MLS ainda estão bem distantes dos valores pagos aos 10 maiores jogadores europeus.

Esse fato comprova-se também pelo fato de que a soma desses 10 maiores salários dessa liga é de 10.379.485€, ou seja, pouco mais que a remuneração anual do Kaká, quarto maior salário do futebol europeu.

Tabela 5 – Os 10 Maiores Salários da MLS em 2009

#	Jogador	Anual Base (\$)	Anual Base (€)	Time
1	David Beckham	5.500.000	3.688.619	Los Angeles Galaxy
2	Cuauhtemoc Blanco	2.769.240	1.856.887	Chicago Fire
3	Juan Pablo Angel	1.500.000	1.005.810	New England Revolution
4	Fredrik Ljungberg	1.300.000	871.702	Seattle Sounders FC
5	Julian de Guzman	909.600	609.923	Toronto FC
6	Landon Donovan	900.000	603.530	Los Angeles Galaxy
7	Guillermo B. Schelotto	650.000	435.883	Columbus Crew
8	Luciano Emilio	720.000	782.779	D.C. United
9	Shalrie Joseph	425.000	284.974	New England Revolution
10	Dwayne DeRosario	357.000	239.378	Toronto FC

Fonte: Futebol Finance (2009)

Ainda se compararmos os salários da MLS com os da NBA (Tabela 6) constata-se realidades bem diferentes, sendo os salários da NBA muito maiores. Fazendo outra comparação com o futebol dos EUA, seus 10 maiores salários somados não são suficientes para pagar o salário de Ray Allen que recebe o décimo maior salário da NBA.

Nessa liga atuam três brasileiros o Anderson Varejão, Leandro Brabosa e o Nene Hilário que recebem 3.878.644 €, 4.090.208 € e 6.49.691 €.

Tabela 6 – Os 10 Maiores Salários da NBA Temporada de 2008-2009

#	Jogador	Salário Anual (\$)	Salário Anual (€)	Time
1	Garnett, Kevin	24.751.934	16.596.815	Boston Celtics
2	Kidd, Jason	21.372.000	14.330.482	Dallas Mavericks
3	O'Neal, Jermaine	21.372.000	14.330.482	Toronto Raptors
4	Bryant, Kobe	21.262.500	14.257.059	Los Angeles Lakers
5	Iverson, Allen	20.840.625	13.974.181	Detroit Pistons
6	Marbury, Stephon	20.840.625	13.974.181	New York Knicks
7	Duncan, Tim	20.598.704	13.811.967	San Antonio Spurs
8	O'Neal, Shaquille	20.000.000	13.410.520	Phoenix Suns
9	McGrady, Tracy	19.614.000	13.151.697	Houston Rockets
10	Allen, Ray	18.388.430	12.329.920	Boston Celtics

Dados: USA Today (2009). Elaboração Própria.

Já os salários da MLB (Tabela 7) tem uma realidade peculiar em relação aos das outras ligas. A remuneração anual do jogador mais bem pago é superior ao maior salário do futebol europeu, que constaria com o quinto na comparação com os jogadores de baseball. E ainda, três dessa lista são de um único time, o New York Yankees.

Tabela 7 - Os 10 Maiores Salários da MLB em 2009

#	Jogador	Salário Anual (\$)	Salário Anual (€)	Time
1	Rodriguez, Alex	33.000.000	22.127.358	New York Yankees
2	Ramirez, Manny	23.854.494	15.995.058	Los Angeles Dodgers
3	Jeter, Derek	21.600.000	14.483.362	New York Yankees
4	Teixeira, Mark	20.625.000	13.829.599	New York Yankees
5	Beltran, Carlos	19.243.682	12.903.389	New York Mets
6	Lee, Carlos	19.000.000	12.739.994	Houston Astros
7	Ordonez, Magglio	18.971.596	12.720.948	Detroit Tigers
8	Santana, Johan	18.876.139	12.656.942	New York Mets
9	Zambrano, Carlos	18.750.000	12.572.363	Chicago Cubs
10	Zito, Barry	18.500.000	12.404.731	San Francisco Giants

Dados: USA Today (2009). Elaboração Própria.

Na Tabela 8 são apresentados os 10 maiores os salários da NFL. Nela percebe-se que eles são próximos aos salários da NBA e do futebol na Europa, concluindo-se que os salários da MLS apresentam outra realidade em comparação da outras ligas do mesmo país.

Tabela 8 - Os 10 Maiores Salários da NFL em 2009

#	Jogador	Salário Anual (\$)	Salário Anual (€)	Time
1	Rivers, Philip	25.556.630	17.136.385	San Diego Chargers
2	Cutler, Jay	22.044.090	14.781.135	Chicago Bears
3	Manning, Eli	20.500.000	13.745.783	N.Y. Giants
4	Warner, Kurt	19.004.680	12.743.132	Arizona Cardinals
5	Hayden, Kelvin	17.480.000	11.720.794	Indianapolis Colts
6	Schaub, Matt	17.000.000	11.398.942	Houston Texans
7	Peppers, Julius	16.683.000	11.186.385	Carolina Panthers
8	Long, Chris	16,592,280	11.125.555	St. Louis Rams
9	Jennings, Greg	16.251.300	10.896.919	Green Bay Packers
10	Smith, Antonio D.	15.507.280	10.398.034	Houston Texans

Dados: USA Today (2009). Elaboração Própria.

Reunidas essas 4 tabelas temos uma noção dos custos dos times com o salário de seus jogadores. Nota-se que o jogador mais bem pago de cada um dos principais esportes nos EUA ganha mais que o jogador mais bem pago do Futebol na Europa. O único esporte que esse fato não acontece é o futebol, onde os jogadores ganham menos em relação as demais ligas do país e da Europa.

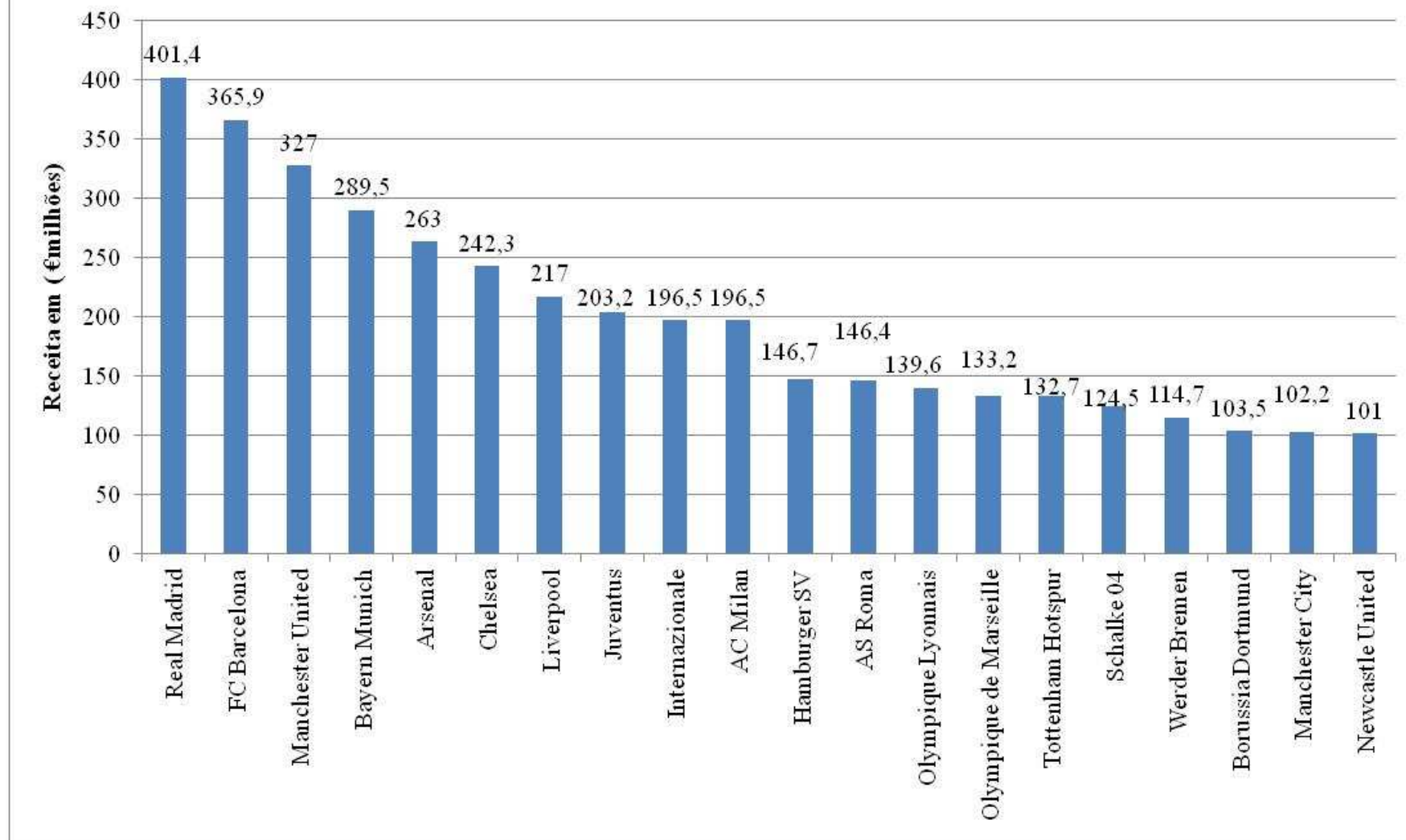
Esses dados são relevantes, então, por mostrarem que em termos salariais e de tradição há menos distorções entre os desportos do modelo americano do que no modelo europeu já que este apresenta distorções dentro do mesmo desporto.

II.2.3 – O Futebol na Europa: estrutura de receitas e gastos

O gráfico 1 mostra os 20 clubes de futebol com maiores receitas. Nesse gráfico percebe-se que a maior delas é do Real Madrid, que na temporada 2008/2009 arrecadou 401,4 milhões de euros. Sua receita é composta por 40% é proveniente de cotas de TV, 35% de marketing e financiamento e 25% de rendas dos estádios e jogos.

Analisando-se em conjunto a tabela 1 com o gráfico 1 evidencia-se que dos 30 maiores salários 5 são do Real Madrid o que equivale a 44 milhões de euros.

Gráfico 1 - Receita dos Clubes do Futebol Europeu na Temporada 2009/2010



Fonte: DELOITTE (2010)

A segunda maior receita foi do Barcelona, 365,9 milhões de euros, que detém 6 dos 30 jogadores mais bem pagos, o que representa 50,5 milhões de euros na sua folha salarial. A sua composição de receita é a seguinte 45% é proveniente das cotas de TV, 31% de marketing e financiamento e 26% de rendas dos estádios e jogos.

Os dados anteriores são relevantes pelos valores das receitas geradas por cada time, especialmente do futebol europeu e em particular pelo Real Madrid que, segundo a Deloitte, é o primeiro clube do mundo a atingir mais de 400 milhões de euros de receita numa temporada. Esses dados dão uma noção de quanto se movimenta só no futebol na Europa, além do altíssimo salário pago às “estrelas”.

A União das Federações Europeias de Futebol (Uefa) publicou recentemente o relatório financeiro intitulado The European Club Footballing Landscape que se refere ao ano de 2008. Este é um dos maiores estudos no que diz respeito às finanças dos 732 clubes de futebol da Europa.

Alguns dos principais pontos apurados pelo documento são referentes ao licenciamento de clubes, estrutura dos campeonatos nacionais, público nos estádios, propriedade dos estádios, resultados financeiros, competitividade, salários e transferências dos clubes das 53 primeiras divisões europeias. Os principais pontos do documento estão listados a seguir e separados por temas.

No que diz respeito ao público e aos estádios:

- a) 105 milhões é o número de torcedores presentes nos estádios em todas as ligas na temporada de 2008/2009;
- b) 196 de uma lista de 732 clubes registraram uma média de público acima das 10 mil pessoas;
- c) 58% das ligas registraram uma queda de público nos estádios;
- d) 65% dos estádios são alugados aos clubes pelo estado ou pelo município;
- e) 83% dos clubes (608) não são os únicos donos dos seus estádios;

No tocante as receitas e aos salários:

- f) 11,5 bilhões de Euros é a receita gerada pelos clubes em 2008;
- g) Os clubes na sua totalidade registraram um aumento de 10,6% nas suas receitas em 2008;
- h) Os 4 maiores clubes de cada liga tem receitas superiores aos demais em média 3,9 vezes;
- i) 88% do dinheiro das transmissões televisivas é gerado pelas 5 maiores ligas européias;
- j) 50% dos campeões de cada liga registram em relação aos outros clubes, ou a maior receita ou o maior custo em salários;
- k) 7,1 bilhões de Euros foi o total pago em salários dos 732 clubes em 2008;
- l) O aumento dos salários de 2007 para 2008 dos clubes foi de 18,1%;
- m) 57 dos 732 clubes gastam acima dos 100% de receitas geradas em salários;
- n) A vantagem competitiva dos 10 maiores clubes europeus deve-se à capacidade de pagar maiores transferências e salários;
- o) 385 milhões de Euros foi o valor total pago em transferências, por todos os clubes das primeiras divisões Inglesa e Espanhola no ano de 2008;
- p) 185 milhões de Euros foi o valor total pago em transferências, por todos os clubes das primeiras divisões Francesa e Holandesa no ano de 2008;

No que diz respeito aos custos operacionais e dívidas:

- q) os custos operacionais apresentados por todos os clubes em 2008 somou 12,1 bilhões de Euros;
- r) Os custos operacionais dos clubes 2007 para 2008 aumentou 11,1% no total;
- s) 53% os clubes registram ganhos operacionais enquanto 22% registraram perdas significativas;

- t) 5,5 bilhões de Euros é o valor total de dívidas bancárias ou empréstimos comerciais dos 732 clubes, sendo que 54% são referentes apenas a 20 deles;
- u) 35% dos clubes apresentam dívidas superiores ao valor do seu patrimônio;
- v) 44% dos clubes aumentaram em 2008 o valor das suas dívidas em relação ao valor do seu patrimônio.

Percebe-se, então, que a indústria esportiva no mundo movimenta muitos recursos, principalmente no que diz respeito aos salários dos jogadores e às receitas. No entanto, nesse relatório a Uefa não sinalizou quais serão as medidas que irá tomar para penalizar os faltosos e para corrigir a concorrência desleal praticada pelos maiores clubes europeus.

Esses dados mostram que o modelo europeu, devido à sua estrutura, apesar de ser capaz de proporcionar salários astronômicos e os maiores times do futebol mundial, devido à sua concorrência intrínseca coloca os times médios e pequenos em situações desfavoráveis à competição com os demais, sem que haja possibilidade de se modificar esta situação sem intervenção da Uefa.

No capítulo I foi mostrado que o modelo brasileiro do futebol é baseado em concorrência, assim como o modelo europeu, aprofundado nesse capítulo. Deste modo, para se chegar à análise da economia do esporte no Brasil que apresenta falhas de mercados necessitando de intervenção estatal, via lei de incentivo baseada na Lei de Incentivo a Cultura, será analisada no capítulo III a economia da cultura com foco nas suas leis de incentivos.

CAPÍTULO III – ECONOMIA DA CULTURA

Este capítulo é destinado à análise da economia da cultura e por conseqüência à análise das duas leis federais de incentivo a cultura já que a lei de incentivo ao esporte foi baseada na Lei Rouanet (lei de incentivo aos projetos culturais excluindo os audiovisuais) e na Lei do Audiovisual que por sua vez também é baseada na Rouanet.

As leis de incentivo a cultura, hoje, constituem o elemento principal no fomento dos projetos culturais. Essas leis “vieram suprir a carência sofrida pelo setor após os Anos de Chumbo e hoje representam o investimento direto e indireto do Estado no setor” (SÁ EARP, 2008) e um estímulo ao investimento do setor privado.

A União, os Estados e Municípios têm papéis diferenciados no mecanismo de financiamento. As leis federais apenas beneficiam empresas tributadas no lucro real, já as “estaduais e municipais atendem a demandas específicas e regionalizadas e estão embasadas em impostos pagos sobre o faturamento; englobando, portanto, uma gama maior de potenciais investidores” (SÁ EARP, 2008).

Visto a importância destas leis, o capítulo foi dividido em dois, primeiramente descreve-se a Lei Rouanet, apresentando-se suas críticas e que significou ao setor. Em seguida faz-se o mesmo com a Lei do Audiovisual.

III.1 – A Lei Rouanet

A Lei Rouanet nº 8.313 foi sancionada em dezembro de 1991 e representou um marco na volta de uma nova legislação de incentivo, pois no Governo Collor foram extintas todas as isenções fiscais, desapareceu o frágil instrumento da Lei Sarney nº7.505 de julho de 1986 (que visava fomentar a produção cultural por meio de incentivos fiscais) e também as instituições responsáveis pelo mínimo de gestão cultural. No entanto, a regulamentação da Rouanet só ocorreu por meio do Decreto nº1.494 de maio de 1995 que foi revogado pelo Decreto nº 5.761 de abril de 2006. Já a Lei Rouanet foi alterada

pela Lei nº 9.874 de novembro de 1999 e atualizada pela Lei nº 11.646 de março de 2008. Na descrição a seguir serão utilizadas as alterações, atualizações e as revogações.

III.1.1 – Descrição da Lei Rouanet

Essa legislação institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que é formado por três mecanismos: o Fundo Nacional de Cultura (FNC), o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e o incentivo aos projetos culturais (Mecenato).

O Pronac tem como finalidade:

- a) Valorizar a cultura nacional;
- b) Estimular a expressão cultural dos diferentes grupos e comunidades que compõem a cultura nacional;
- c) Viabilizar a expressão cultural de todas as regiões do país e sua difusão em escala nacional;
- d) Promover a preservação e o uso sustentável do patrimônio cultural brasileiro em sua dimensão material e imaterial;
- e) Incentivar a ampliação do acesso da população à fruição e à produção dos bens culturais;
- f) Fomentar atividades culturais afirmativas que busquem erradicar todas as formas de discriminação e preconceito;
- g) Desenvolver atividades que fortaleçam e articulem as cadeias produtivas e os arranjos produtivos locais que formam a economia da cultura;
- h) Apoiar as atividades culturais de caráter inovador ou experimental; impulsionar a preparação e o aperfeiçoamento de recursos humanos para a produção e a difusão cultural;

- i) Promover a difusão e a valorização das expressões culturais brasileiras no exterior, assim como o intercâmbio cultural com outros países;
- j) Estimular ações com vistas a valorizar artistas, mestres de culturas tradicionais, técnicos e estudiosos da cultura brasileira;
- k) Contribuir para a implementação do Plano Nacional de Cultura e das políticas de cultura do Governo Federal; e
- l) Apoiar atividades com outras finalidades compatíveis com os princípios constitucionais.

A seguir será descrito o funcionamento dos três mecanismos, O Fundo Nacional de Cultura, Fundo de Investimento Cultural e Artístico e o incentivo aos projetos culturais, respectivamente.

O FNC é um fundo de natureza contábil que tem prazo indeterminado de duração e tem como objetivo captar e destinar recursos para projetos culturais de acordo com as finalidades do Pronac. Os recursos do Fundo podem ser utilizados, de acordo com o art. 10 do Decreto nº 5.761 de abril de 2006, da seguinte forma:

- I - recursos não-reembolsáveis - para utilização em programas, projetos e ações culturais de pessoas jurídicas públicas ou privadas sem fins lucrativos;
- II - financiamentos reembolsáveis - para programas, projetos e ações culturais de pessoas físicas ou de pessoas jurídicas privadas, com fins lucrativos, por meio de agentes financeiros credenciados pelo Ministério da Cultura;
- III - concessão de bolsas de estudo, de pesquisa e de trabalho - para realização de cursos ou desenvolvimento de projetos, no Brasil ou no exterior;
- IV - concessão de prêmios;
- V - custeio de passagens e ajuda de custos para intercâmbio cultural, no Brasil ou no exterior;
- VI - transferência a Estados, Municípios e Distrito Federal para desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais, mediante instrumento jurídico que defina direitos e deveres mútuos.

O Fundo Nacional da Cultura apóia pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, públicas ou privadas. O percentual de financiamento do FNC é limitado a 80% do custo total de cada projeto e os 20% restantes são a contrapartida obrigatória do proponente que deve ser feito por meio de “aporte numérico, bens ou serviços, ou comprovação de

que está habilitado à obtenção do respectivo financiamento por meio de outra fonte devidamente identificada que não seja a utilização do mecanismo de incentivos fiscais” (BRASIL, 2006, artº 12, parágrafo único).

Os recursos do FNC são provenientes do Tesouro Nacional, doações, legados, subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais, saldos não utilizados na execução de projetos, além de três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais.

O Ficart é apenas um mecanismo inativo que possibilita a criação de Fundos de Investimento Cultural e Artístico. A Comissão de Valores Imobiliário (CVM) deveria disciplinar a constituição, o funcionamento e a administração dos fundos. Para receber os recursos dos Ficart os projetos deveriam de acordo com o art. 19 do Decreto nº 5.761 destinar-se:

- I - à produção e distribuição independentes de bens culturais e à realização de espetáculos artísticos e culturais;
- II - à construção, restauração, reforma, equipamento e operação de espaços destinados a atividades culturais, de propriedade de entidades com fins lucrativos; e
- III - a outras atividades comerciais e industriais de interesse cultural, assim consideradas pelo Ministério da Cultura.

A aplicação desses recursos deveria ser feito por meio da contratação de pessoas jurídicas com sede no território brasileiro com a finalidade de execução dos projetos, participação de projetos realizados por pessoas jurídicas de natureza cultural também com sede no território brasileiro, e a aquisição de direitos patrimoniais para a exploração comercial de obras literárias, audiovisuais, fonográficas e artes cênicas, visuais, digitais e similares.

Já o Mecenato viabiliza benefícios fiscais para incentivadores que apóiam projetos culturais sob forma de doação ou patrocínio. Para entender melhor como funcionam os incentivos fiscais define-se, de acordo com o art. 4º do Decreto nº 5.761, os significados dos seguintes termos:

- I – proponentes são pessoas físicas e pessoas jurídicas, públicas ou privadas, com atuação na área cultural (artistas, produtores culturais, técnicos da área cultural; autarquias, fundações; ou empresas, cooperativas, fundações, ONGs, organizações sociais), que proponham programas, projetos e ações culturais ao Ministério da Cultura;

II – beneficiário é o proponente de programa, projeto ou ação cultural favorecido pelo Pronac;

III – incentivador é o contribuinte do Imposto sobre a Renda e Proventos de qualquer natureza, pessoa física ou jurídica, que efetua doação ou patrocínio em favor de programas, projetos e ações culturais aprovados pelo Ministério da Cultura;

IV – doação é a transferência definitiva e irreversível de numerário ou bens em favor de proponente, pessoa física ou jurídica sem fins lucrativos, cujo programa, projeto ou ação cultural tenha sido aprovado pelo Ministério da Cultura;

V – patrocínio é a transferência definitiva e irreversível de numerário ou serviços, com finalidade promocional, a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis ou imóveis do patrocinador, sem a transferência de domínio, para a realização de programa, projeto ou ação cultural que tenha sido aprovado pelo Ministério da Cultura;

VI - pessoa jurídica de natureza cultural é a pessoa jurídica, pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, cujo ato constitutivo disponha expressamente sobre sua finalidade cultural; e

VII - produção cultural-educativa de caráter não comercial é aquela realizada por empresa de rádio e televisão pública ou estatal.

Visto essas definições, é necessário saber quais são os segmentos culturais que os projetos poderão ser enquadrados para serem aprovados pela Rouanet, são eles:

- a) Artes cênicas;
- b) Livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- c) Música erudita ou instrumental;
- d) Exposições de artes visuais;
- e) Doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para manutenção desses acervos;
- f) Produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual (apenas produções independentes e culturais-educativas de caráter não-comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão);
- g) Preservação do patrimônio cultural material e imaterial (só é considerado como patrimônio o bem cultural oficialmente tombado, em esfera federal, estadual ou municipal; processo de tombamento em andamento não é considerado);

h) Construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de cem mil habitantes.

Agora sim, pode-se entender o funcionamento dos incentivos. O processo começa com os proponentes cadastrando no site do MinC as informações relativas a sua personalidade jurídica e a proposta cultural. Em seguida, a proposta passa por análise e em 60 dias o proponente terá uma resposta.

Para que o projeto seja aprovado os proponentes, pessoas físicas e jurídicas, deverão manter regulares suas obrigações fiscais, condição indispensável para a aprovação da proposta.

Se o projeto for aprovado o proponente deverá encaminhar ao Ministério da Cultura, por meio físico a documentação exigida (que consta na Portaria nº 30 de 26 de Maio de 2009) para que possa ser publicada a aprovação no Diário Oficial da União que terá no mínimo os seguintes dados, de acordo com o Decreto nº. 5.761:

- I - título do projeto;
- II - número de registro no Ministério da Cultura;
- III - nome do proponente e respectivo CNPJ ou CPF;
- IV - extrato da proposta aprovada pelo Ministério da Cultura;
- V - valor e prazo autorizados para captação dos recursos; e
- VI - enquadramento quanto às disposições da Lei no 8.313, de 1991.

De acordo com o art. 35, § 3º e § 4º no caso de nenhuma captação ou captação parcial dos recursos autorizados no prazo estabelecido, projetos culturais poderão ser prorrogados, a pedido do proponente, nas condições e prazos estabelecidos no ato de prorrogação, de acordo com normas expedidas pelo Ministério da Cultura e enquanto o MinC não se manifestar quanto ao pedido de prorrogação, o proponente fica impedido de promover a captação de recursos.

Após a publicação da aprovação do projeto no Diário Oficial da União, os proponentes podem recorrer a captadores de recursos (profissionais que captam recursos para os projetos mediando a relação entre os proponentes, o produtor cultural, e os incentivadores às empresas) ou eles mesmos podem captar os recursos com os incentivadores.

Os recursos financeiros incentivados ficam concentrados em duas contas que devem ser abertas pelo Ministério da Cultura a pedido do proponente: a bloqueada vinculada, onde são feitos os depósitos e a conta de livre movimentação.

A abertura da conta de livre movimentação e a transferência dos recursos da conta bloqueada somente podem ser solicitados quando os recursos captados atingirem 20% do valor total autorizado para captação. A transferência de recursos de uma conta para outra, ao longo do período de execução do projeto, não é feita automaticamente pelo MinC. O proponente deve sempre solicitar essa transferência após o depósito na conta bloqueada vinculada comprovando mediante ao envio de recibo de mecenato.

Os incentivadores, como definido anteriormente, só podem ser pessoas físicas pagadoras de imposto de renda ou empresas tributadas com base no lucro real, ficando fora dessa definição as microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples nacional, empresas com regime de tributação baseada em lucro presumido ou arbitrado, e doador ou patrocinador vinculado à pessoa, instituição ou empresa titular da proposta, exceto quando se tratar de instituição sem fins lucrativos, criada pelo incentivador.

O apoio dos investidores pode ser via doação, sendo proibido qualquer tipo de promoção do doador e só podem se beneficiar dela propostas culturais de pessoa física, ou jurídica sem fins lucrativos; ou via patrocínio, podendo haver publicidade do apoio com identificação do patrocinador, e qualquer proposta aprovada pode se beneficiar dele, inclusive as que estiverem em nome de pessoa jurídica com fins lucrativos.

O patrocinador tem direito a receber até 10% do produto resultante do projeto (CDs, ingressos, revistas etc), para distribuição gratuita promocional e se houver mais de um patrocinador, cada qual receberá o produto em quantidade proporcional ao valor incentivado, respeitado o limite de 10% para o conjunto de patrocinadores.

Os percentuais de abatimento do imposto de renda são os seguintes, de acordo com os art. 28 e 29 do decreto nº. 5.761:

1. Pessoa Jurídica:

- a) Podendo lançar em seus registros contábeis o valor total do apoio efetivado como despesa operacional:

- 30% do valor patrocinado;

- 40% do valor doado.

b) Não podendo lançar em seus registros contábeis o valor total do apoio efetivado como despesa operacional:

- até 100% do valor patrocinado ou doado.

2. Pessoa física:

- 60% do valor patrocinado;

- 80% do valor doado;

Vale ressaltar que o limite máximo das deduções é de 4% do imposto devido para pessoa jurídica e 6% do imposto devido para pessoa física, de acordo com a legislação vigente.

Os projetos culturais financiados com recursos do Pronac deverão destinar ao Ministério da Cultura, obrigatoriamente, para composição do seu acervo e de suas entidades vinculadas, pelo menos seis cópias do produto cultural ou do registro da ação realizada.

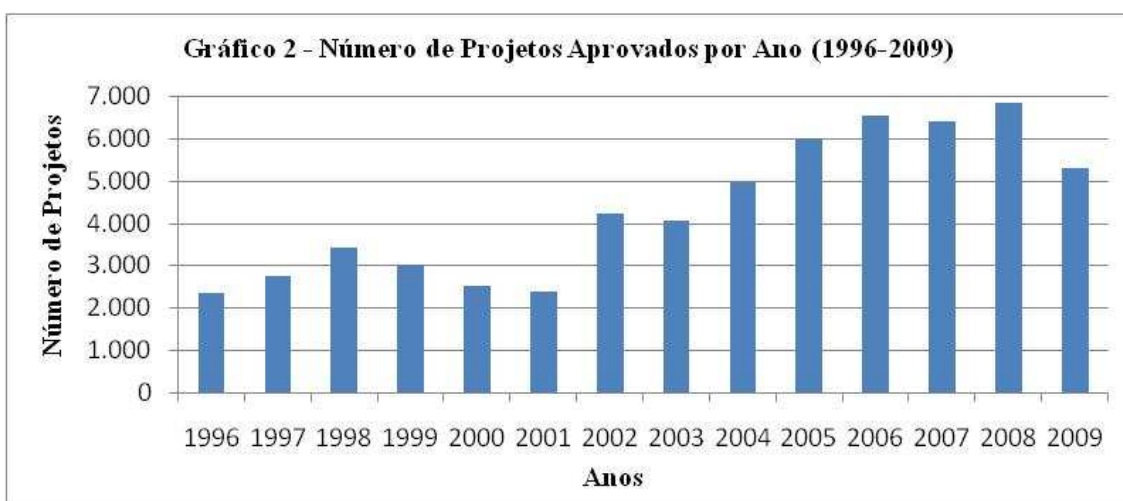
Os projetos devem, também, inserir a logomarca do Ministério da Cultura nos produtos materiais resultantes de projetos culturais realizados com recursos do Pronac, bem como nas atividades relacionadas à sua difusão, divulgação, promoção, distribuição, incluindo placa da obra, durante sua execução, e placa permanente na edificação, sempre com visibilidade pelo menos igual à da marca do patrocinador majoritário; e em peças promocionais e campanhas institucionais dos patrocinadores que façam referência a programas, projetos e ações culturais beneficiados com incentivos fiscais.

Por último, essa legislação não exclui ou reduz outros benefícios, abatimentos e deduções em vigor, em especial as doações a entidades de utilidade pública efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas e não considera duplicidade a agregação de recursos, nos diferentes níveis de governo, para cobertura financeira de programas, projetos e ações, desde que as importâncias autorizadas nas várias esferas não ultrapassem o seu valor total.

III.1.2 – O que essa Lei significou para o Setor

Para efeito dessa avaliação utilizam-se os dados disponíveis no site do Ministério da Cultura para o período de 1996 a 2009 com a última atualização no dia 19 de janeiro de 2010.

A avaliação começa pelo número de projetos aprovados. Ao longo dos anos percebe-se que há um crescimento no número de projetos aprovados, como se observa no gráfico 2, o que representa um resultado esperado pelo amadurecimento da legislação e dos investidores que aprendem como utilizar a renúncia fiscal.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

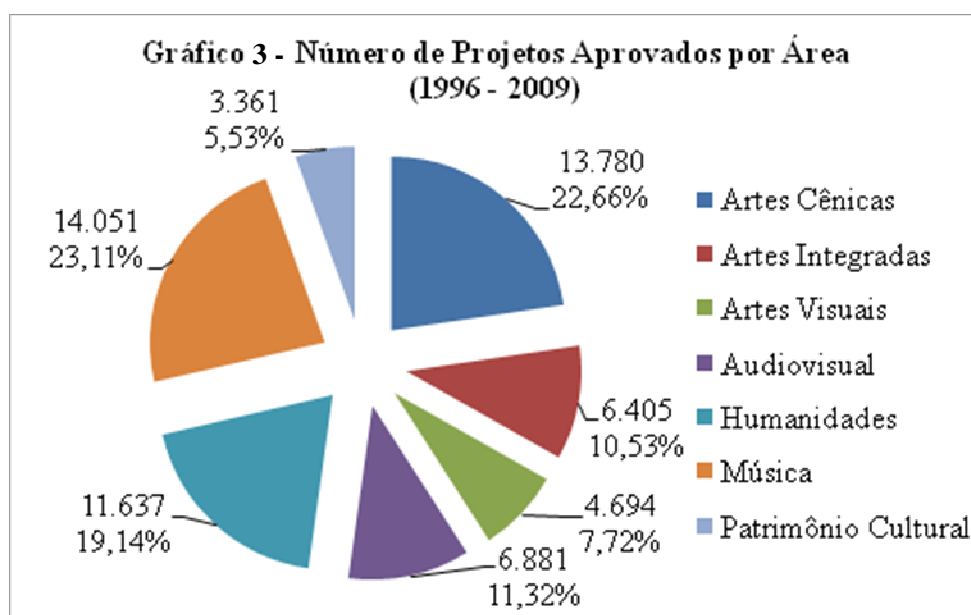
Porém, percebe-se, também, que de 1999 a 2001 há uma diminuição do número de projetos aprovados em relação ao ano anterior e que a partir de 2004 volta a haver crescimento significativo, com taxas por volta de 20% em 2004 e 2005. No entanto, em 2009 o número de projetos aprovados volta a diminuir em relação ao ano anterior e que o número de projetos aprovados é o menor desde 2004.

Ao analisar o número de projetos aprovados por área cultural, percebe-se que música, artes cênicas e humanidades são as áreas que mais aprovaram projetos, todas com mais de 11 mil, como se percebe no gráfico 2, e que as três juntas representam 64,9% do total de projetos aprovados ao longo desses 14 anos.

Nota-se, também, que as áreas de patrimônio cultural e artes visuais são as que menos aprovaram, mas que juntas ficam em quarto na aprovação, pois representam 13,25%,

mais que artes integradas e audiovisual que respectivamente aprovaram 10,53% e 11,32%.

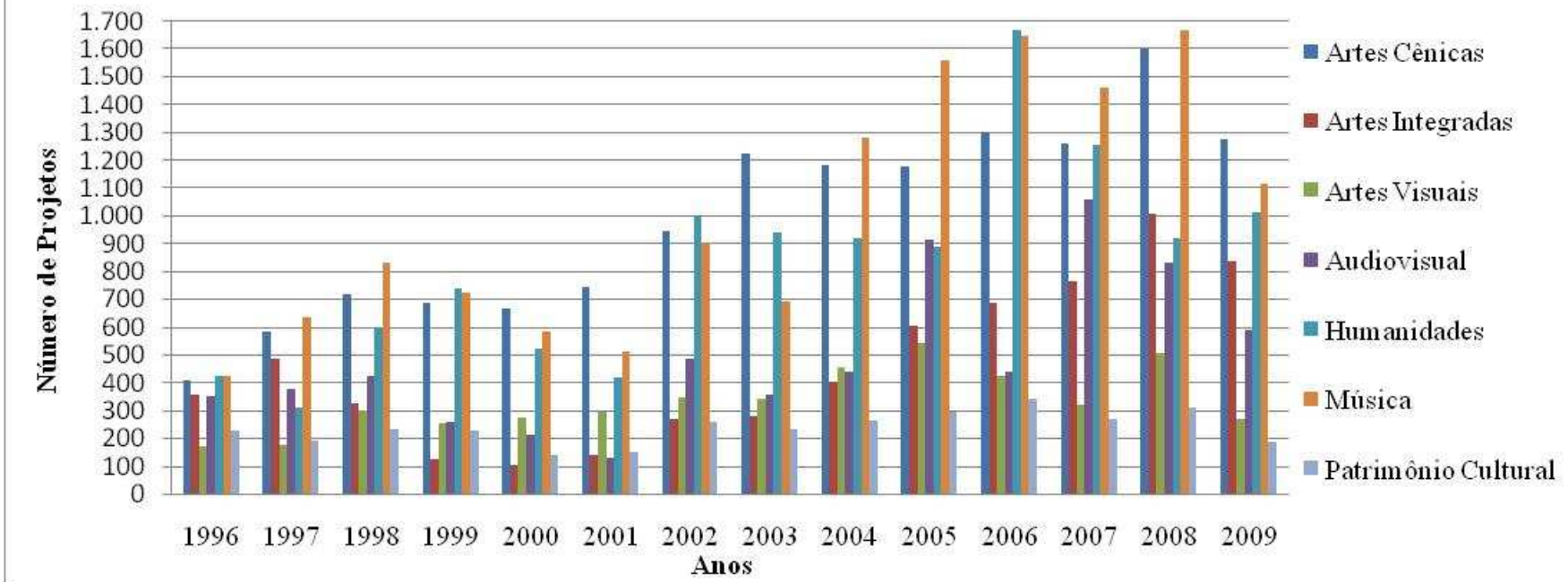
O Gráfico 3, além de comprovar a tendência de crescimento do número de projetos aprovados ao longo dos anos e a tendência de patrimônio cultural e artes visuais serem as áreas que menos aprovam, evidencia que nos anos de 1999 a 2001 a área que menos aprovou não foi patrimônio cultural nem artes visuais e sim artes integradas que no período a partir de 2002 até 2008 teve um crescimento médio de 32,69%.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

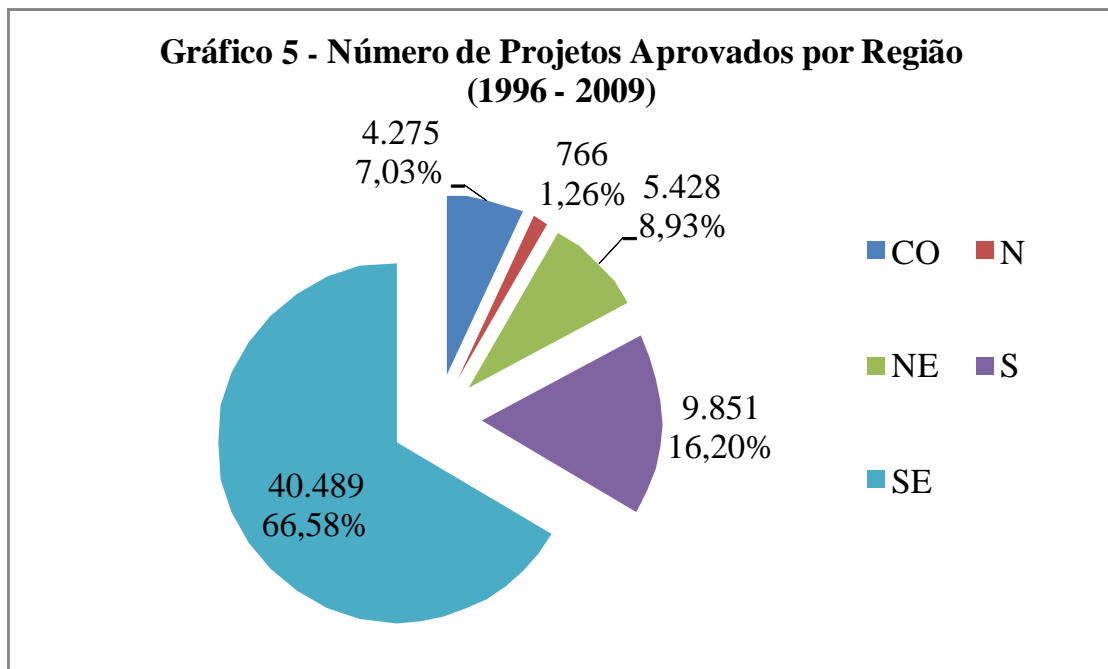
O próximo gráfico mostra o quão desigual é a aprovação dos projetos pelo país. Ele evidencia que a região norte é a que menos aprova projetos com apenas 1,26% do total ao longo dos 14 anos e que a região sudeste é a que mais tem projetos aprovados com 66,58%.

Gráfico 4 - Número de Projetos Aprovados por Ano e por Área (1996 - 2009)



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria.

O Gráfico 5 chama atenção para o fato que as duas regiões mais ricas do país são também as que mais aprovaram projetos ao longo desses anos, com 82,78% dos projetos aprovados.



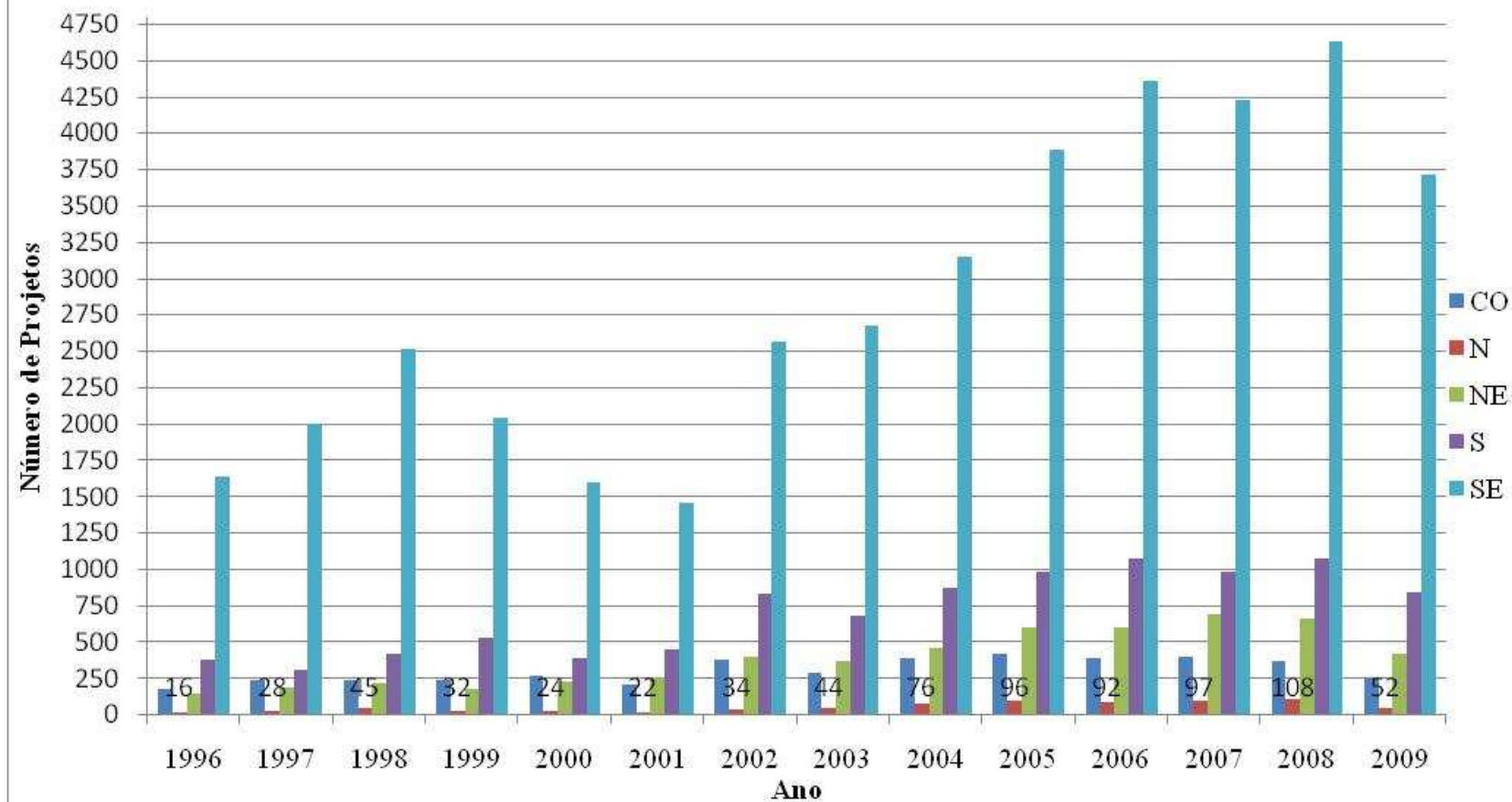
Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

No Gráfico 5 além de ficar mais evidente o fato da região sudeste ser a que mais aprova, ele evidencia a grande diferença que há no número de aprovações da região sudeste e nas demais regiões.

A segunda região que mais aprova é a sul e a diferença entre ela e a primeira é de quatro vezes, na maioria dos anos, se mantendo no período de 2003 a 2009 e chegando a seis vezes nos anos de 1997 e 1998.

As regiões centro oeste e nordeste tem praticamente o mesmo número de projetos aprovados no período que vai de 1996 a 2004, mas a partir de 2005 a região nordeste começa a aprovar mais.

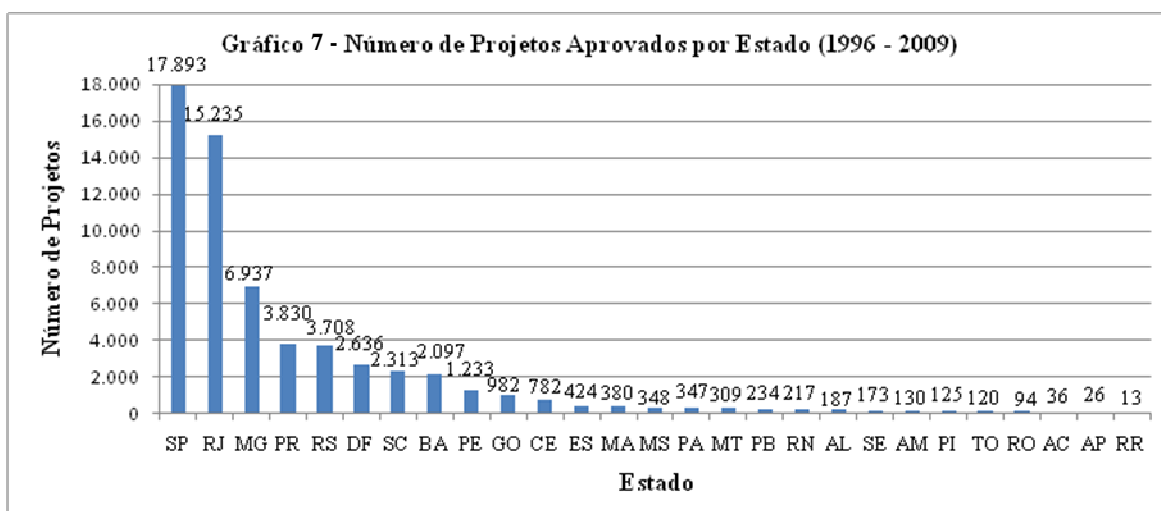
Gráfico 6 - Número de Projetos Aprovados por Ano e Região (1996 - 2009)



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O Gráfico 7 mostra o número de projetos aprovados por estado e nele percebe-se que São Paulo é o que mais aprova projetos, seguido pelo Rio de Janeiro, Minas Gerais - os três da região sudeste - Paraná, Rio Grande do Sul, Distrito Federal, Santa Catarina e Bahia.

Nessa lista, há uma concentração acima de 10 mil projetos nos dois primeiros estados, o terceiro tem praticamente 7 mil, o quarto e quinto apresentam mais de 3.000 e o sexto, sétimo e oitavo mais de 2 mil projetos. Nessa lista, a região Norte só tem representante a partir da décima quinta, onde está o Pará.



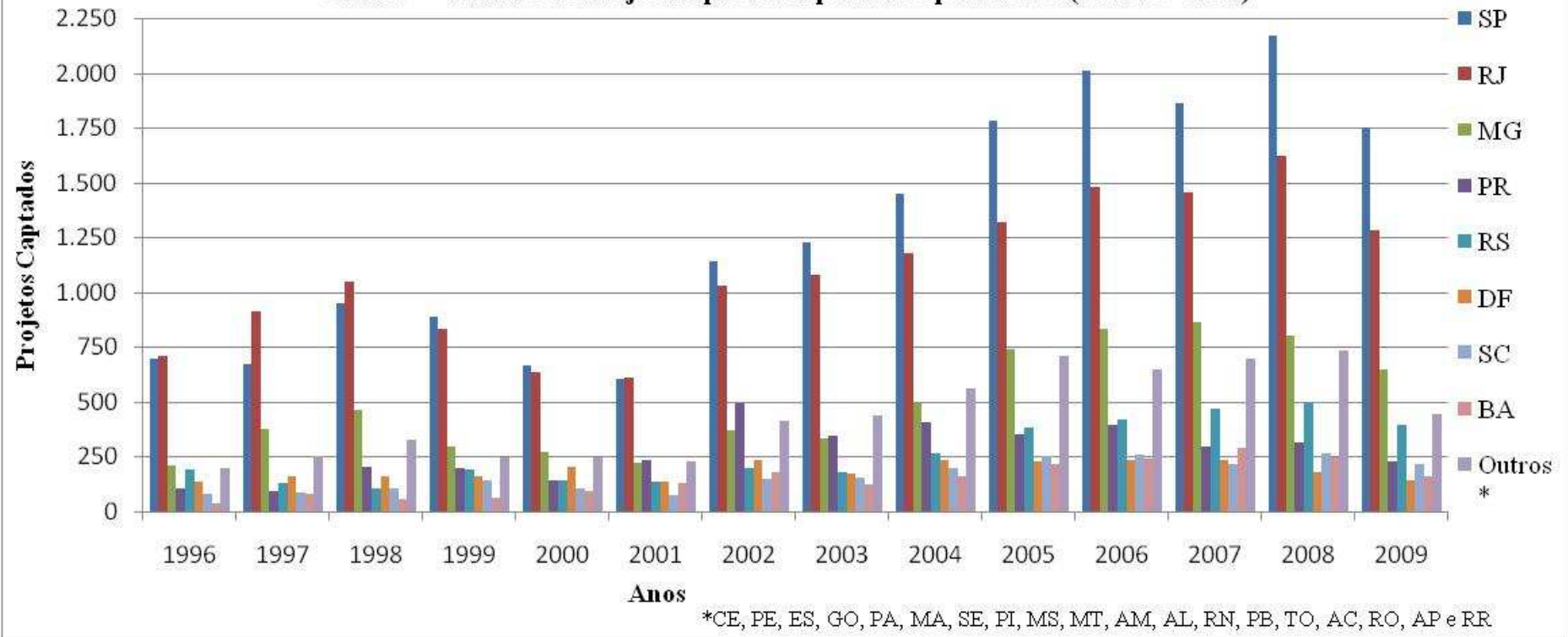
Dados: Ministério da Cultura (2010) Elaboração Própria

No Gráfico 8 constam os oito primeiros estados do ranking, sendo os demais agregados, uma vez que o primeiro grupo apresenta aproximadamente, 90% dos projetos aprovados ao longo dos anos. Nesse gráfico percebe-se que nos três primeiros anos o Rio de Janeiro era o estado que mais aprovou projetos e somente a partir de 1999 São Paulo passa a ser o estado que mais aprovou projetos.

Nota-se, também, que Minas Gerais foi o Estado com maior número de projetos aprovados na maioria dos anos, com exceção do período entre 2001 e 2004, quando tal posição foi ocupada pelo Paraná e pelo somatório dos outros dezenove estados, nesta ordem.

Observa-se, ainda, que o somatório dos outros dezenove Estados passa a ter maior visibilidade a partir de 2003, quando fica dois anos em terceiro lugar no ranking, mantendo-se na quarta posição nos anos seguintes.

Gráfico 8 - Número de Projetos Aprovados por Ano e por Estado (de 1996 - 2009)



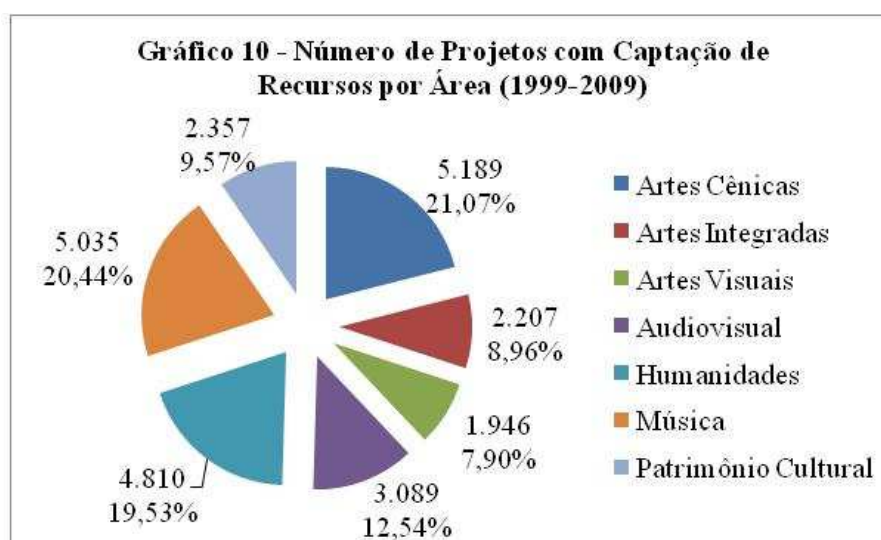
Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

No Gráfico 9 percebe-se que o número de projetos com captação de recursos aumentou ao longo dos anos, exceto nos anos de 1999, 2008 e 2009. Cabe ressaltar que o dado referente ao ano de 2009 ainda pode ser revisto/atualizado pelo MinC, possivelmente não sendo tão baixo assim.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria.

Quando se analisa o número de projetos com captação por área (Gráfico 10) percebe-se que as três áreas que mais tem projetos com captação são as mesmas que mais aprovaram projetos ao longo dos anos, porém com artes cênicas como a primeira, música como a segunda e humanidades como a terceira (vale lembrar a ordem dos que mais aprovaram: música, artes cênicas e humanidades). Essas três áreas, também, são responsáveis por mais de 60% de projetos com captação.



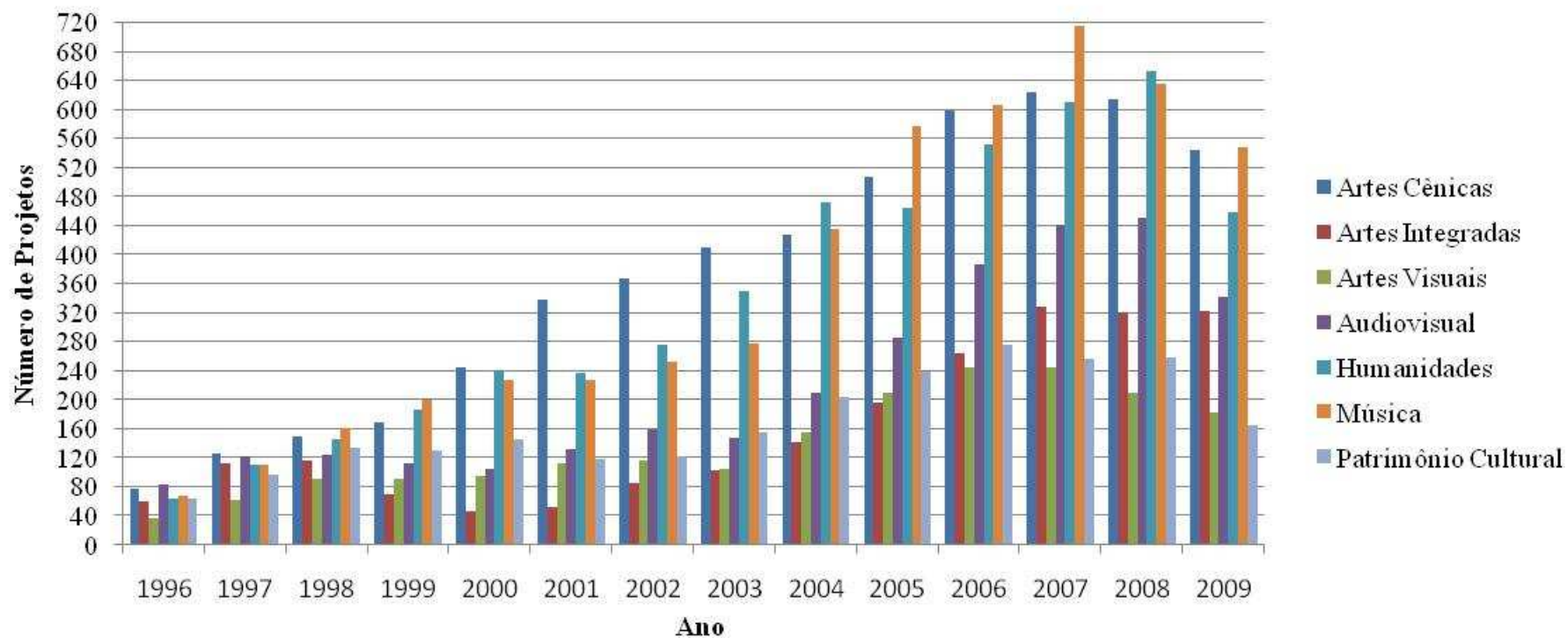
Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria.

Outras tendências que se confirmam nesse gráfico são de que as duas áreas com menos projetos com captação, são as mesmas que tem menos projetos captados e juntas ficam em quarto no número de projetos captados com 17,47%.

O Gráfico 11 refere-se ao número de projetos com captação de recursos por ano e área ressaltando que de 1997 a 2009 as áreas que mais captaram e que mais aprovaram projetos se revezaram em primeiro lugar na captação, porém com predomínio de artes cênicas em 6 anos, música em 5, humanidades em 1 e havendo em 2009 um empate entre artes cênicas e música.

Fica evidente nesse gráfico que ao longo dos anos a aprovação de projetos e a captação de recursos oscilaram mais ou menos da mesma maneira em todas as áreas, ou seja, nos anos em que se tem diminuição na aprovação de projetos em determinadas áreas tem, também, diminuição do número de projetos captados nessa área.

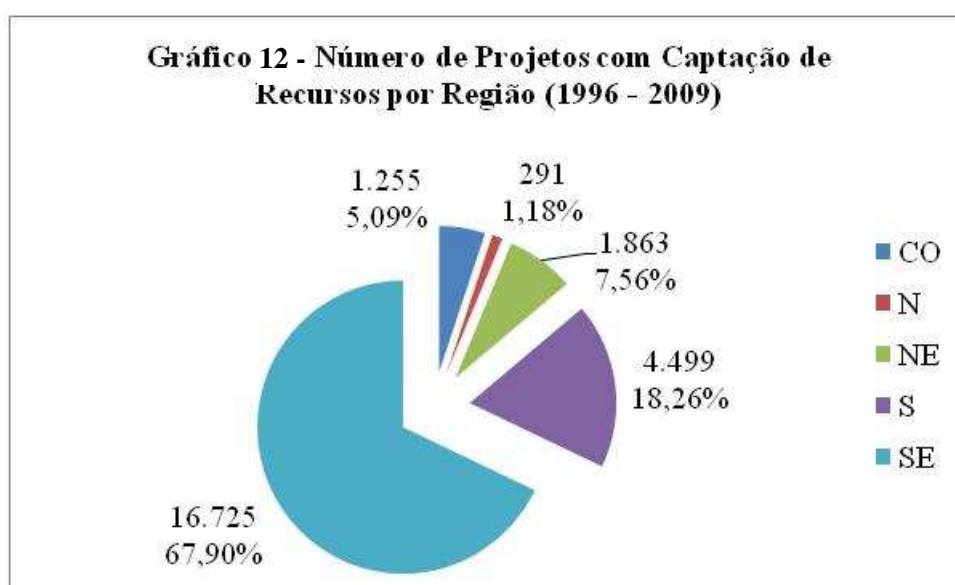
Gráfico 11 - Número de Projetos com Captação de Recursos por Ano e por Área



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O gráfico seguinte (12) com o número de projetos com captação de recursos por região acompanha o gráfico com número de projetos aprovados por região ao apresentar a região sudeste como a primeira com mais de 67% dos projetos captados no total, o sul em seguida com mais de 18%, o nordeste com mais de 7% e a região norte com pouco mais de 1%.

Outro fato que deve ser chamado a atenção é que as duas regiões que mais tiveram projetos captados juntas somam mais de 86% e as duas que menos tiveram somam apenas 6,28%.

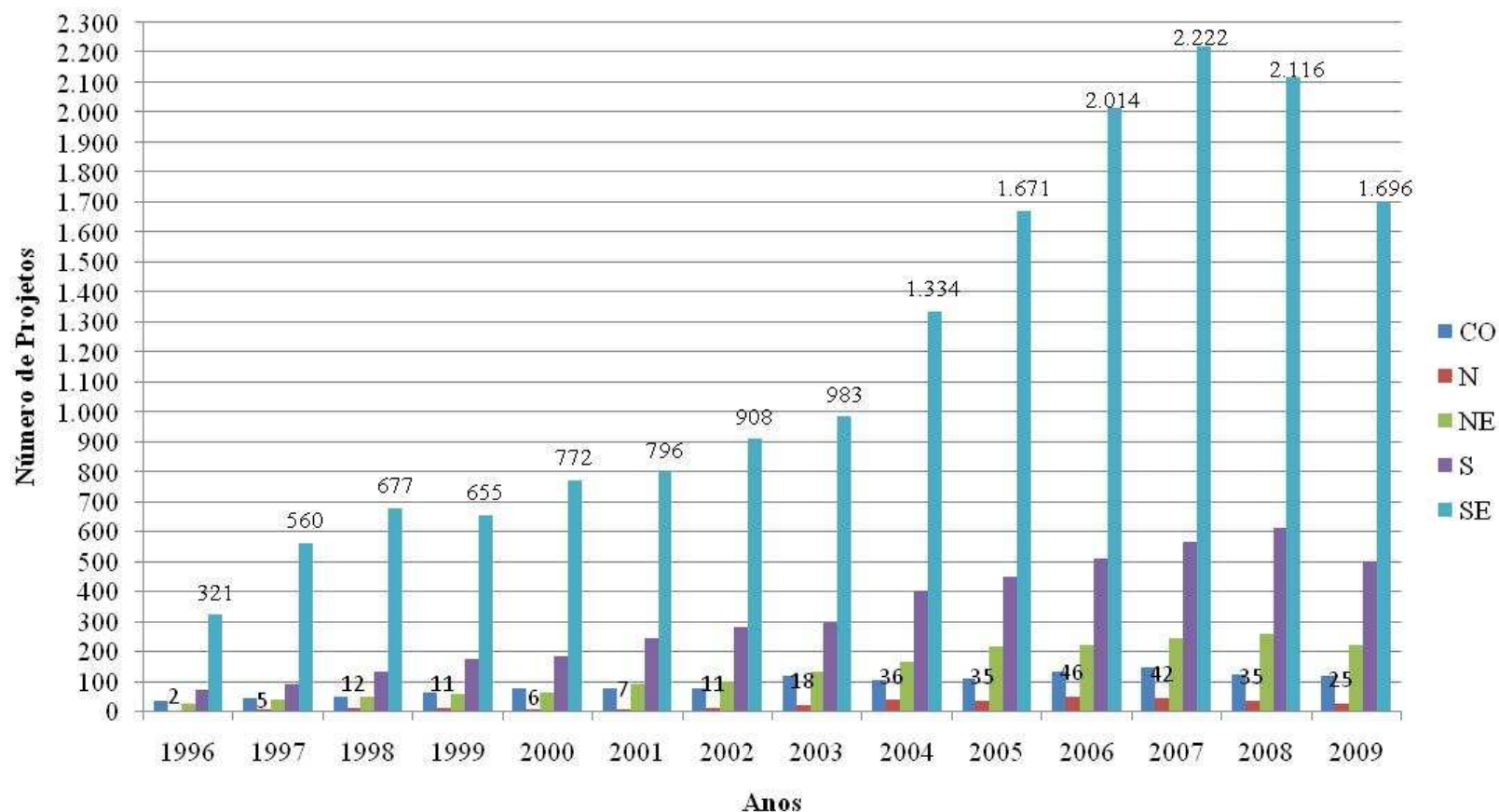


Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O fato mais evidente do Gráfico 13 é a diferença no número de projetos com captação por região. Nesse gráfico fica clara a desigualdade na captação, assim como aconteceu com a aprovação dos projetos, vista no gráfico anterior.

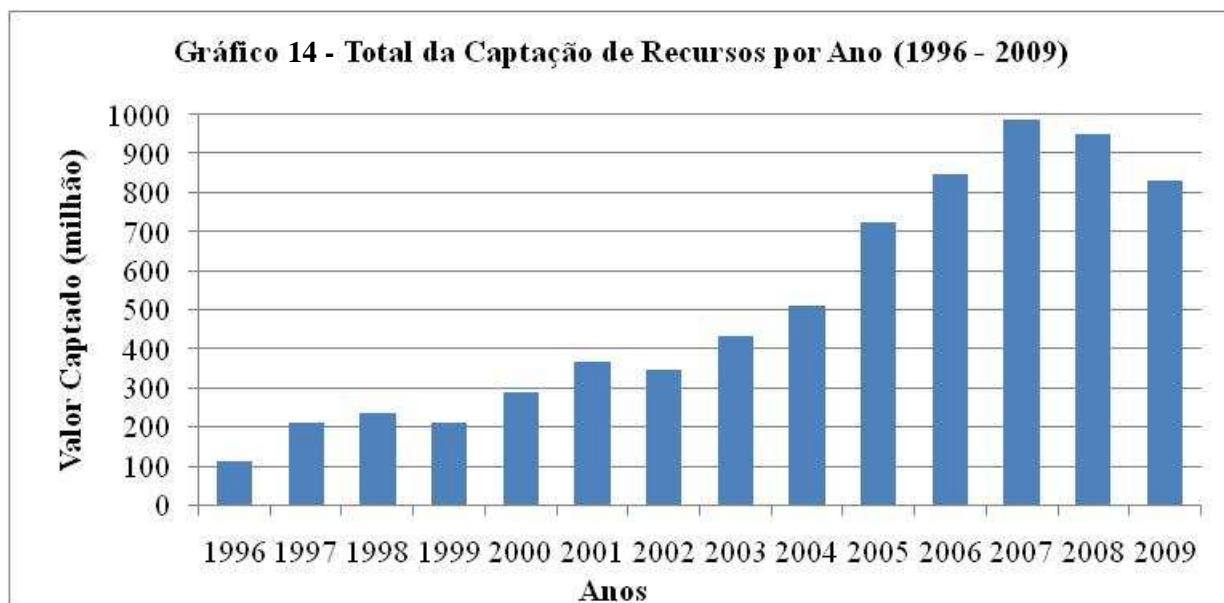
Salienta-se que a região sudeste no ano de 1996 teve 161 vezes mais projetos captados do que a região norte e que em 2004, ano em que esta diferença foi menor, a região norte teve 37 vezes menos projetos captados que a região sudeste.

Gráfico 13 - Número de Projetos com Captação de Recursos por Ano e por Região (1996 - 2009)



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

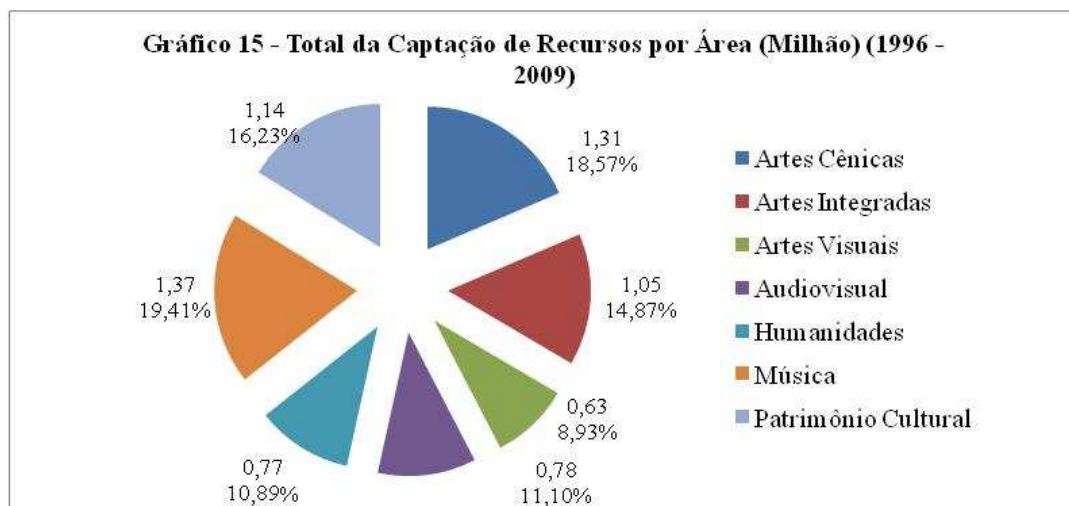
O gráfico seguinte (14) mostra o total captado ao longo do período. Nele pode-se perceber que o valor captado só cresceu até 2007, chegando quase a R\$ 1 bilhão, diminuindo nos últimos dois anos. Novamente cabe lembrar que o dado referente ao ano de 2009 ainda pode sofrer atualização no MinC.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O Gráfico 15 representa a captação total de recursos por área. Nele percebe-se a concentração em música, artes cênicas (ambos se repetindo no histórico de concentração de aprovação de projetos e no número de projetos captados) e em patrimônio cultural que é uma novidade.

O que se repete nesse gráfico, também, é a baixa captação de recursos na área de artes visuais já que essa área é caracterizada por aprovar pouco e ter poucos projetos aprovados captados, em relação às outras áreas.



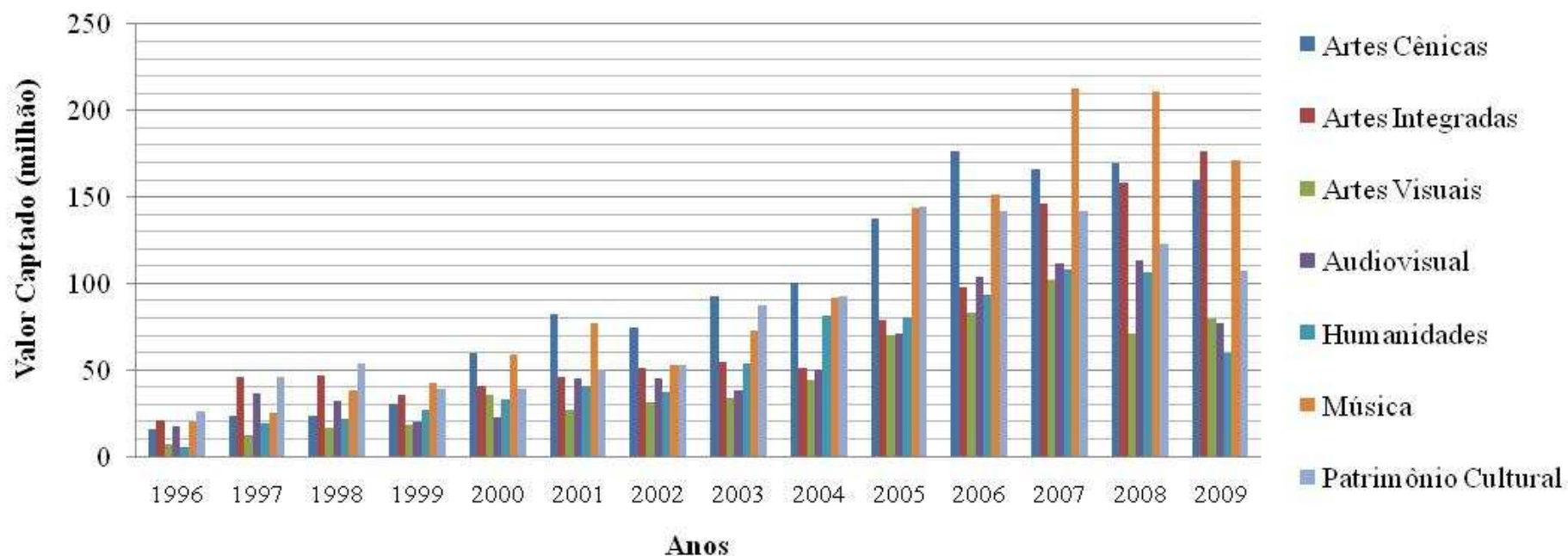
Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria.

O próximo gráfico (16) mostra o total de captação por ano e área, chamando atenção por não haver uma área detentora da maior captação em todos os anos.

Nos três primeiros anos, a líder em captação, foi a área de patrimônio cultural seguida pelas artes integradas. No período que vai de 2000 até 2004 tem-se artes cênicas seguida por música e patrimônio e em 2007 e 2008 a área com maior captação foi música, apresentando, grande diferença para as demais.

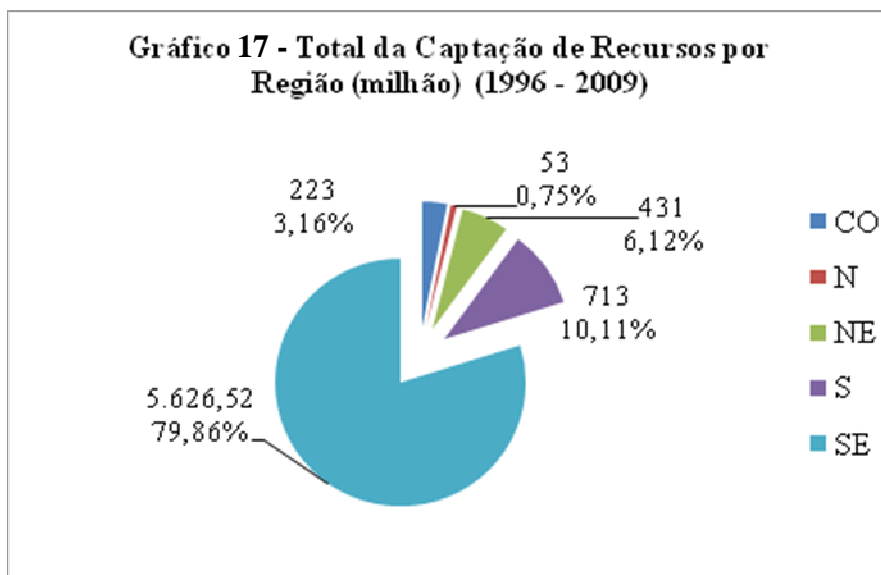
Percebe-se que nos últimos três anos artes integradas apresenta um crescimento médio de 21,76% enquanto que de 2002 a 2007 música teve um crescimento médio de 32%.

Gráfico 16 - Total da Captação de Recursos por Ano e por Área (1996 - 2009)



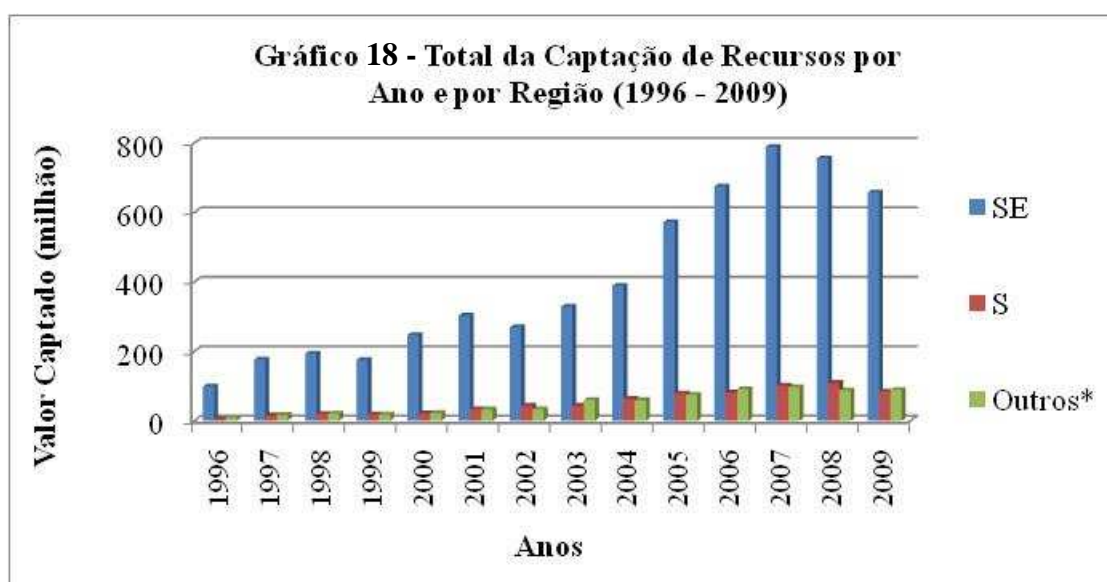
Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

Mais adiante, o Gráfico 17 mostra que a captação de recursos fica concentrada na região sudeste, com 79,86% do total. A região norte, por outro lado, tem apenas 0,79% dos recursos. Se somarmos ao Sudeste a captação da região Sul (a segunda colocada), chega-se a 90% do total de recursos.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

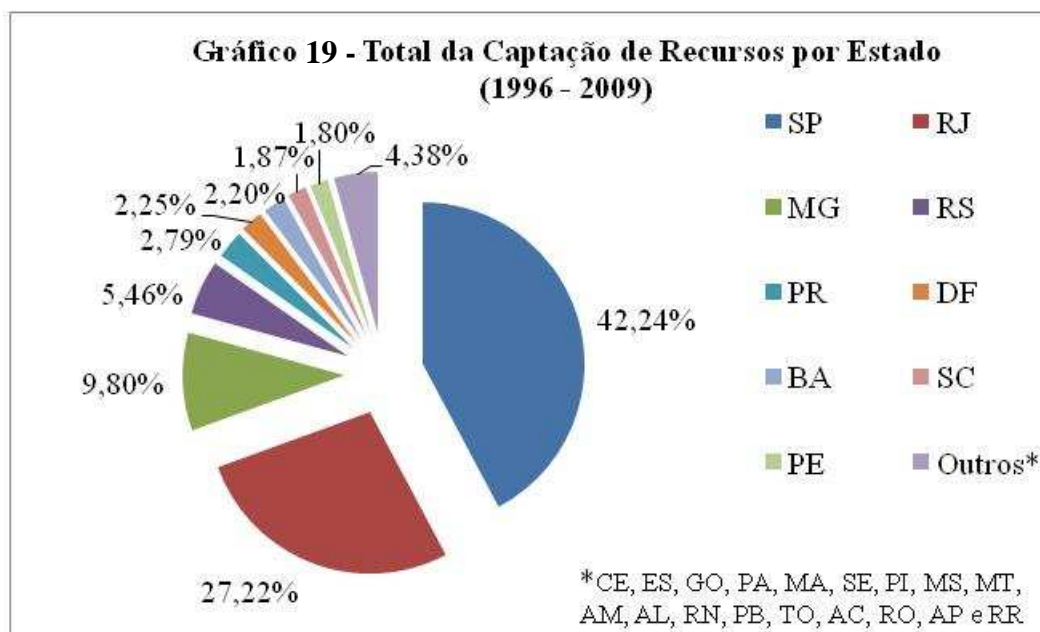
No Gráfico 18 pode-se perceber que de 1996 a 2000 e em 2003, 2006 e 2009 as outras regiões somadas ficam em segundo lugar em captação enquanto o sul fica em segundo somente em 2001, 2002, 2004, 2005, 2007 e 2008.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O gráfico total da captação de recursos por estado (19) demonstra que os nove primeiros estados captaram 95,62%, enquanto que os outros 18 apenas 4,38%. Nessa lista dos nove estados não se encontra nenhum que seja da região norte.

Nota-se, também, que os três estados que mais captaram são da região sudeste e que somados captaram 79,26% do total de recursos. Já dos estados que menos captaram, o que menos captou foi o Roraima com 0,003%.

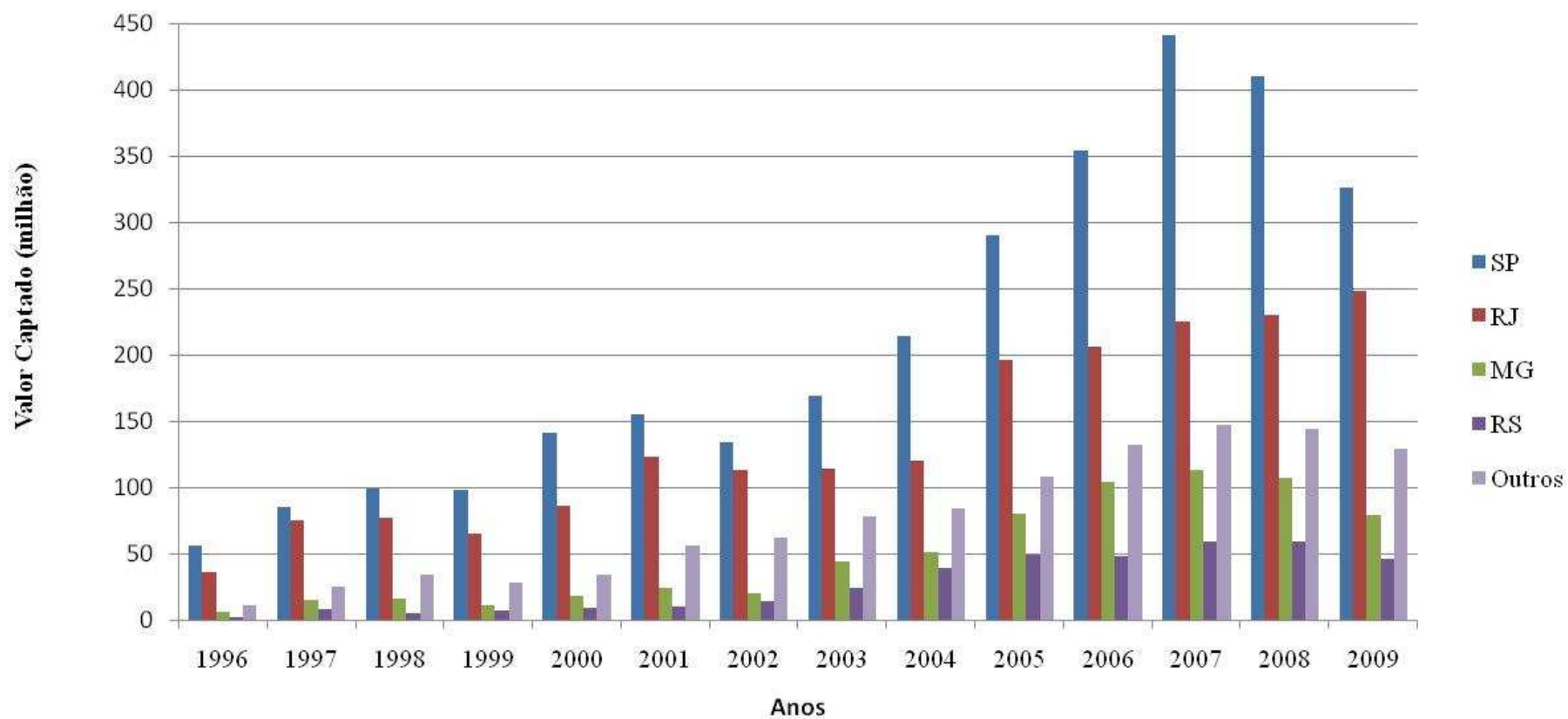


Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

O Gráfico 20 mostra a captação por ano e por estado. Nesse teve-se que colocar somente os quatro maiores estados captadores, pois até 2004 somente São Paulo e o Rio de Janeiro captaram mais de R\$ 50 milhões.

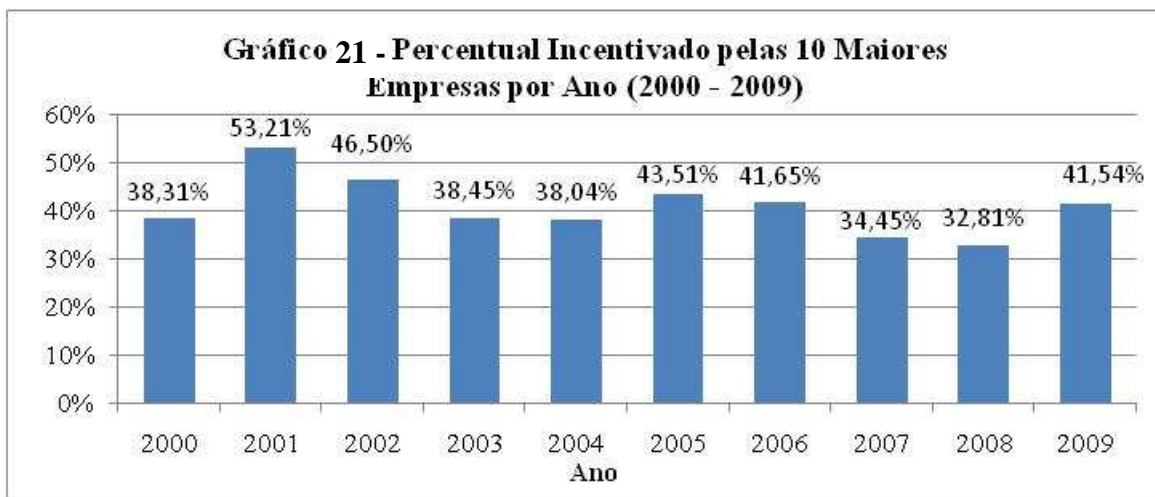
Nele percebe-se que São Paulo captou muito mais que os outros estados e que o valor captado por ele é 4.671 vezes maior do que a captação de Roraima em 2007, ano em que ambos mais captaram.

Gráfico 20 - Total da Captação de Recursos por Ano e por Estado (1996 - 2009)



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

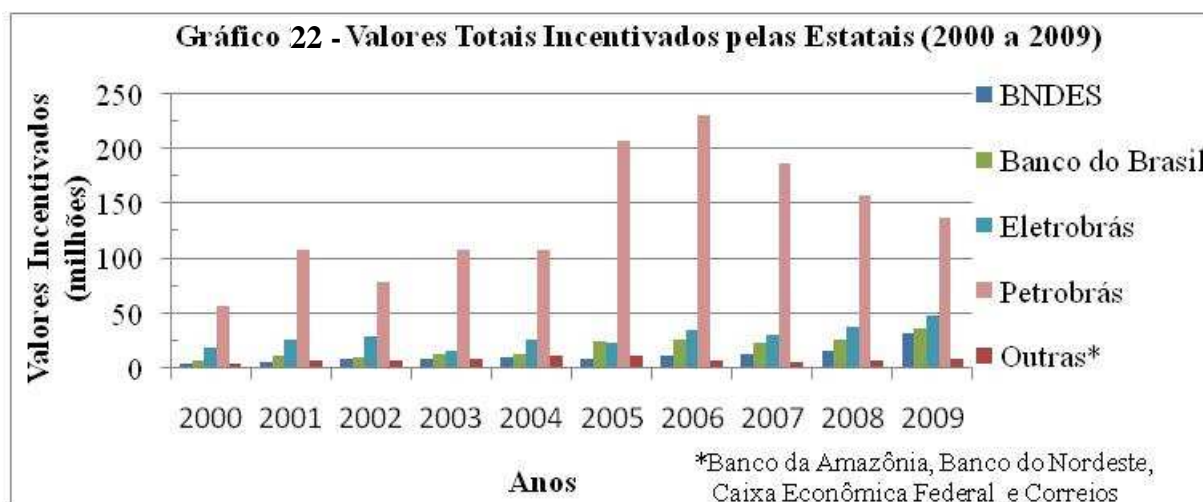
O próximo Gráfico (21) mostra o percentual incentivado pelas dez maiores empresas por ano no período de 2000 a 2009. Em 2001 as dez maiores juntas chegaram a somar mais de 50% do total incentivado e no ano de 2008 apenas 32,81%, mostrando que o grau de concentração dos incentivadores é alto e, embora oscile de 53,2% a 32,8% não pode-se dizer que existe alguma tendência de alta ou baixa nesta concentração. Cabe ressaltar que foi considerado como “empresa” cada CNPJ diferente, de modo que o investimento total de holdings como o Bradesco e Itaú sejam difíceis de detectar.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

A cada ano as dez maiores mudam, porém três estatais estão sempre neste ranking (Petrobrás, Eletrobrás e BNDES). Das empresas privadas há repetições, porém nada substancial.

No último gráfico desta parte fica evidente que das estatais a Petrobrás é a que mais investe em projetos culturais com valores bem maiores as outras sete.



Dados: Ministério da Cultura (2010). Elaboração Própria

No ano em que mais investiu, o valor incentivado é aproximadamente 35 vezes maior que o incentivado por Banco da Amazônia, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal e Correios somados, representando 74% do total incentivado pelas estatais e 27% do total incentivado no ano.

Na seção seguinte serão apresentadas as críticas à Lei Rouanet e as principais mudanças do projeto de lei que tramita no Congresso Federal para substituição da legislação vigente.

III.1.3 – Críticas à Lei

Nessa seção serão apresentadas as críticas, sendo que muitas delas já foram incorporadas na reforma da Rouanet, e o Projeto de Lei nº 6722 de 2010 que tramita no Congresso Nacional.

A principal crítica a lei Rouanet pode ser percebida na análise realizada na sessão anterior. Seu uso é altamente concentrador e desigual.

As 10 maiores empresas, ao longo dos últimos 10 anos, investiram 39,66%, sendo as estatais responsáveis por 33% do investimento total. Sendo que desses 33%, 31% são de responsabilidade do BNDES, Banco do Brasil, Eletrobrás e Petrobrás.

Quando se fala em aprovação de projetos alguns dados comprovam a concentração: Música é área cultural, de 1996 a 2009, que mais teve projetos aprovados, 23,11%. Em contrapartida, patrimônio cultural foi a que menos teve com apenas 5,53% no período; a região sudeste foi a que mais teve projetos aprovados e concentra 66,58% do total enquanto o norte tem apenas 1,26%. Enquanto São Paulo foi o estado que mais obteve a aprovação de projetos tendo 29,42% do total no período Roraima teve apenas 13 projetos aprovados no período o que representa 0,02%.

Com relação ao número de projetos com captação no período de 1996 a 2009 artes cênicas é a área cultural com maior número projetos captados, 21,07%, enquanto artes visuais obteve apenas 7,90% por região; o sudeste teve maior números de projetos com captação (67,90%) contraste gritante com a participação da região norte, apenas 1,18%

No tocante à captação total no período música é a área mais captadora com 19,41%, a região sudeste com 79,86% e São Paulo como estado com maior valor de captações 42,24% ao longo do período.

Outra crítica decorre de como funciona o mecanismo de incentivo. Os projetos culturais dependem do interesse dos patrocinadores ou doadores que se beneficiam dos incentivos fiscais, isto é, com a Lei Rouanet o estado acaba por transferir uma política pública para o setor privado que decide por patrocinar projetos que valorizem as suas marcas e a promoção de seus produtos com isenção fiscal.

Dessa maneira, os projetos dependem da estratégia de marketing das empresas, ou seja, de acordo com o retorno de imagem que os projetos proporcionam as empresas decidem quais devem receber recursos públicos incentivados. Essa legislação permite que as empresas procurem privilegiar projetos que tenham forte apelo comercial utilizando-lhes como marketing cultural.

Outro ponto a ressaltar é o fato da isenção fiscal só beneficiar as grandes empresas e deixar de fora as micro e pequenas empresas que tem o regime de tributação baseado em lucro presumido ou arbitrado ou que optam pelo simples nacional. Esse fato, no Brasil, só aumenta a dificuldade de captação de recursos, pois segundo estudo do SEBRAE (2006) existem no Brasil mais de 5 milhões de micro e pequenas empresas e elas representam 98% das empresas brasileiras. Esse fato não foi até hoje levado em consideração, nem no novo projeto de lei, talvez, pelo alto valor das captações a cada ano através de 2% das grandes empresas, porém este ponto deve ser questionado já que é uma realidade do país.

Outra crítica é que a maioria dos proponentes necessita da intermediação de um captador para ter acesso aos patrocinadores e essa intermediação representa de 10% a 20% do valor total do projeto. É um valor alto e questionável, porém na maioria dos casos necessário já que a grande maioria dos proponentes não tem acesso aos responsáveis que aprovam o patrocínio nas empresas até mesmo pela cultura ser debatida no vocabulário único do ambiente corporativo.

Saliente-se que essas críticas a Rouanet foram ouvidas pelo Ministro da Cultura e, algumas, também feitas pelo mesmo por meio de avaliações da lei. Então, a partir 23 de Março de 2009 o MinC colocou em consulta pública durante 45 dias um anteprojeto de

lei que foi discutido com todos os setores para mudar alguns pontos da legislação vigente e criar outros.

A mudança tem por objetivo diminuir as distorções e falhas da Rouanet, desburocratiza procedimentos e estabelecer uma gestão feita em parceria com a sociedade e o setor cultural, ampliar os recursos de financiamento à cultura, com equilíbrio entre o orçamento público (recursos da União e incentivos fiscais às empresas) e fontes da iniciativa privada. Abaixo, um resumo do que muda com a nova lei.

Essa nova lei cria o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura – Procultura que passa a ser implementado por meio dos seguintes mecanismos:

- a) Fundo Nacional da Cultura - FNC;
- b) Incentivo Fiscal a Projetos Culturais;
- c) Fundo de Investimento Cultural e Artístico - Ficart; e
- d) Vale-Cultura que deverá ser criado por uma legislação específica.

Os projetos a partir de sua aprovação passam por uma avaliação em três dimensões culturais - simbólica, econômica e social - além da adequação orçamentária, análise da viabilidade de execução e capacidade técnica e operacional do proponente.

A pontuação obtida nesse processo de avaliação determinará o percentual a ser deduzido do imposto de renda pelo copatrocinador, podendo ser quarenta, sessenta ou oitenta por cento dos valores despendidos a título de copatrocínio incentivado, não podendo ultrapassar quatro por cento do imposto de renda deduzido.

Essa mudança pode levar a concentração pela opção dos patrocinadores pelo projetos que deduzam oitenta por cento. Para que isso não aconteça, cabe ao MinC estimular a aprovação de projetos que se enquadrem mais na dedução de quarenta ou sessenta por cento.

Outra mudança é que a contratação de serviços necessários à captação ou obtenção de doação, co-patrocínio ou investimento não poderá mais ser incluída no projeto cultural, acabando com possibilidade de contratação de um captador de recursos.

Essa outra mudança, dada a dificuldade encontrada pelos proponentes de encontrar patrocinadores, pode levar à contratação de captadores, porém com maquiagem dos orçamentos, os captadores não irão constar nos orçamentos com o mesmo nome e sim com outro para a mesma finalidade, ou através de pagamentos “por fora” o que favorece a prática de mecanismos ilegais, como a corrupção.

O FNC continua sendo um fundo de natureza contábil e financeira, com prazo indeterminado de duração e passa a ser o principal mecanismo de fomento, incentivo e financiamento à cultura.

Dentro do FNC passam a ser criados novos fundos, são eles de acordo com o art. 14 do projeto de lei nº 6.722:

- I - Fundo Setorial das Artes Visuais;
- II - Fundo Setorial das Artes Cênicas;
- III - Fundo Setorial da Música;
- IV - Fundo Setorial do Acesso e Diversidade;
- V - Fundo Setorial do Patrimônio e Memória;
- VI - Fundo Setorial do Livro, Leitura, Literatura e Humanidades;
- VII - Fundo Setorial de Ações Transversais e Equalização;
- VIII - Fundo Setorial do Audiovisual, criado pela Lei no 11.437, de 28 de dezembro de 2006; e
- IX - Fundo Setorial de Incentivo à Inovação do Audiovisual destinado exclusivamente ao fomento, na modalidade de aplicação não reembolsável, de projetos:
 - a) audiovisuais culturais de curta e média metragem;
 - b) de renovação de linguagem das obras audiovisuais;
 - c) para formação de mão-de-obra;
 - d) para realização de festivais no Brasil ou exterior;
 - e) de mostras e preservação ou difusão de acervo de obras audiovisuais; e
 - f) que envolvam pesquisa, crítica e reflexão sobre audiovisual.

Os recursos do FNC serão aplicados nas modalidades não-reembolsáveis, para apoio a projetos culturais; reembolsáveis, destinados ao estímulo da atividade produtiva das empresas de natureza cultural e pessoas físicas, mediante a concessão de empréstimos; e investimento, por meio de associação a empresas e projetos culturais e da aquisição de quotas de fundos privados, com participação econômica nos resultados.

Fica estabelecido por lei que o FNC, também, alocará recursos da ordem de dez a trinta por cento de sua dotação global nos Fundos Setoriais e deve destinar no mínimo trinta por cento de recursos a fundos públicos de Estados, Municípios e Distrito Federal que devem ser destinados a políticas e programas oficialmente instituídos pelos Estados, Distrito Federal e municípios, para o financiamento de projetos culturais escolhidos

pelo respectivo ente federado por meio de seleção pública. Do montante destinado ao Estado, cinquenta por cento deverá ser repassado aos Municípios.

Mudanças ocorrem também na transparência, pois o MinC deverá publicar anualmente até 30 de abril, o montante captado pelo Procultura no ano-calendário anterior, com valores devidamente discriminados por proponente, doador e co-patrocinador, ressaltando os setores e programas por eles incentivados.

Com objetivo de monitoramento e avaliação dos resultados do Procultura devem-se fixar, periodicamente, indicadores com base em critérios de economia, eficiência, eficácia, qualidade e também de desempenho dos entes federados.

Já com a finalidade de estimular e valorizar as melhores práticas de agentes públicos e privados o MinC estabelecerá uma premiação anual.

Nessa lei também fica instituído o Programa Prêmio Teatro Brasileiro para fomentar núcleos artísticos teatrais com trabalho continuado; a produção de espetáculos teatrais; e a circulação de espetáculos ou atividades teatrais.

Por último a legislação autoriza a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico - Ficarts, que não saiu do papel na legislação anterior por não ter incentivos fiscais, com a possibilidade de dedução do imposto sobre a renda devido com os seguintes percentuais do valor despendido para aquisição de quotas dos Ficarts,

I - cem por cento, nos anos-calendário de 2010 a 2013; e

II - setenta e cinco por cento, no ano-calendário de 2014.

Os Ficarts serão administrados por instituição financeira autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil. A instituição que administrará o fundo será responsável por todas as obrigações do Fundo, inclusive as relativas à retenção e ao recolhimento de tributos e outras obrigações de natureza tributária. Já a CVM será a responsável por autorizar, disciplinar e fiscalizar a constituição, o funcionamento e a administração dos Ficarts.

Os bens e serviços culturais a serem financiados pelos Ficarts serão aqueles considerados sustentáveis economicamente, baseados na avaliação dos administradores

do Fundo. E não será permitida a aplicação de recursos do Fundo em projetos culturais que tenham participação majoritária de quotista do próprio Fundo.

Visto todos esses pontos, na seção a seguir será apresentada a Lei do Audiovisual, que conforme dito anteriormente foi baseada na Lei Rouanet, com a sua descrição, a análise dos dados e as críticas.

III.2 – A Lei do Audiovisual

A Lei nº 8.685 conhecida como Lei do Audiovisual foi aprovada em Julho de 1993 baseada na Lei Rouanet, representando a volta de uma legislação de incentivos fiscais, ou seja, a volta da intervenção do estado na cultura, depois de sua extinção no governo liberal de Collor em 1990.

Essa legislação específica para o setor audiovisual ocorreu por interesse dos produtores brasileiros que se faziam presentes e que solicitaram uma legislação específica para a área conforme havia no período de 1969 a 1989 com a Empresa Brasileira de Filme (Embrafilme) que por 20 anos foi responsável por fomentar a produção nacional.

Na descrição a seguir serão utilizadas as alterações e atualizações da Lei do Audiovisual.

III.2.1 – Descrição da Lei do Audiovisual

A Lei nº. 8.685 estabeleceu três mecanismos de incentivos fiscais que possibilitaram a produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, a realização de projetos nas áreas de exibição, distribuição e infra-estrutura técnica.

Por meio do Art.1º, a legislação estabeleceu que até o exercício fiscal de 2010 as pessoas físicas e jurídicas poderão deduzir do imposto de renda quantias referente aos investimentos “mediante a aquisição de cotas representativas de direitos de comercialização sobre as obras, desde que estes investimentos sejam realizados no mercado de capitais [...] e autorizados pela Comissão de Valores Imobiliários”

(BRASIL, 1993, Art.1º) e os projetos previamente pela Ancine. Ou seja, há aquisição de participação patrimonial por parte do investidor.

O percentual de abatimento permitido é limitado a 3% para pessoas físicas e para pessoas jurídicas tributadas pelo sistema de lucro real.

Por meio do Art.1º-A, a legislação instituiu que até o ano-calendário de 2016 as pessoas físicas e jurídicas poderão deduzir do imposto de renda quantias referente ao patrocínio desde que os projetos tenham sido aprovados previamente pela Ancine. O percentual de abatimento permitido é limitado a 6% para pessoas físicas e 4% para pessoas jurídicas tributadas pelo sistema de lucro real.

O limite do aporte de recursos objeto dos incentivos previstos no art. 1º e no art. 1º-A, somados é de R\$ 4.000.000,00 sendo obrigatória a contrapartida de 5% do orçamento total do projeto por parte do produtor.

Por meio do Art.3º, a legislação impôs que empresas estrangeiras, contribuintes do Imposto de Renda pago sobre o crédito ou a remessa de rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais no mercado brasileiro (distribuidoras internacionais) podem deduzir 70% do imposto de renda devido desde que invistam no desenvolvimento de projetos de longa-metragem, co-produção de obras cinematográficas, co-produção de telefilmes e minisséries brasileiras.

Ao optarem por utilizar esse artigo as empresas passam a ficar isentas do pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE, incidente em 11% sobre os créditos ou remessas ao exterior.

O limite do aporte de recursos objeto dos incentivos previstos no art. 3º é de R\$ 3.000.000,00 sendo obrigatória a contrapartida de 5% do orçamento total do projeto por parte do produtor.

Os investimentos por meio desses artigos não podem ser utilizados na produção de obras audiovisuais de natureza publicitária e não impossibilitam que o mesmo projeto se beneficie por isenções por meio da Rouanet, “desde que enquadrados em seus objetivos, limitando o total destes incentivos a 95% do total do orçamento aprovado pela Ancine”.

(BRASIL, 2002, §5º, Art.18)

Outro ponto que atinge a todos os projetos é que somente serão liberados os investimentos nos projetos quando o aporte investido atingir pelo menos 50% dos recursos aprovados para a realização dos projetos.

Na seção seguinte será feita uma avaliação da Lei.

III.2.2 – O que essa Lei significou para o Setor

Para efeito dessa avaliação utilizam-se os dados disponíveis no site da Agência Nacional do Cinema e da publicação do ano de 2008 do Filme B para o período de 1995 a 2008 com a última atualização no dia 26 de fevereiro de 2010.

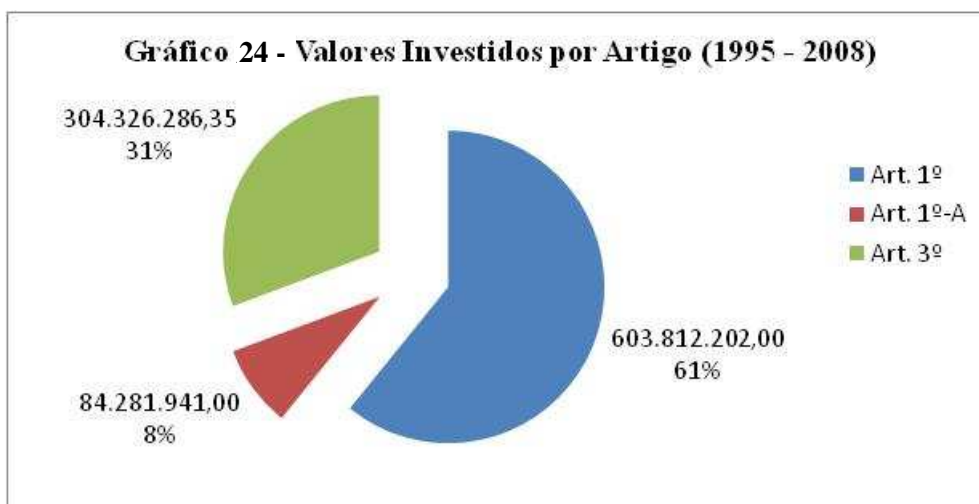
Começa-se a avaliação pelo valor investido por ano. Através desse gráfico consegue-se perceber que, como era de se esperar, os valores captados ao longo dos anos aumentam e pela Lei do Audiovisual ser derivada da Lei Rouanet os valores investidos em 1995 já ultrapassam 20 milhões.



Dados: ANCINE (2009) e Filme B (2009). Elaboração Própria.

O Gráfico 24 apresenta o valor investido por artigo da Lei do Audiovisual e assinala que o aporte pelo art. 1º passa dos 600 milhões no período, representando sozinho 61% do total investido. Esse dado se deve ao fato do art.1º - A só ter sido incorporado na legislação de incentivos em dezembro de 2006 e só ter entrado em vigor em 2007.

Outro ponto a ser ressaltado é que o art. 3º tem um investimento de aproximadamente metade do art.1º.

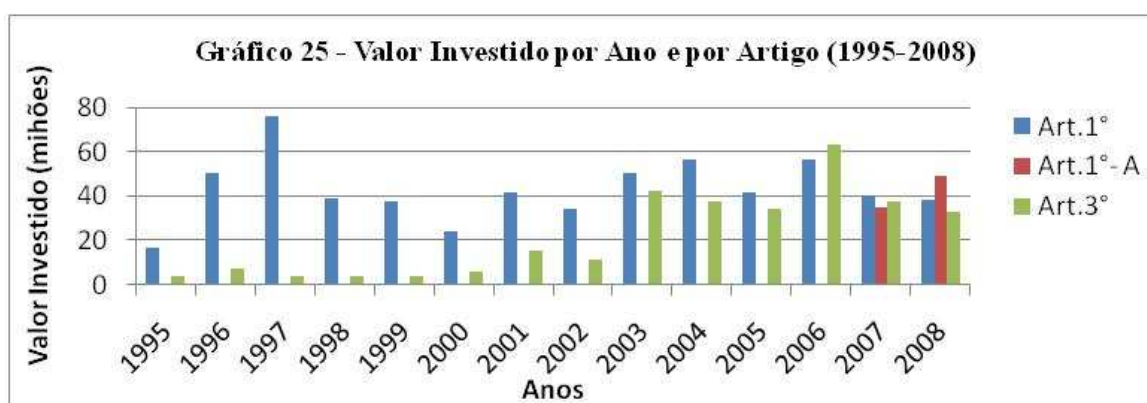


Dados: ANCINE (2009) e Filme B (2009). Elaboração Própria

No Gráfico seguinte (25) percebe-se alguns pontos importantes. O primeiro é que em 1997 o art.1º teve o maior incentivo do período, passando dos R\$70 milhões. Esse fato se deve por esse ser o primeiro ano em que o artigo foi alterado com o limite de dedução fiscal passando de 1% para 3% por parte das pessoas jurídicas.

O segundo é que somente em 2006 o art.3º teve o maior valor investido, o terceiro é que o art.1º- A foi o que mais captou recursos em 2008 no seu segundo ano em vigor.

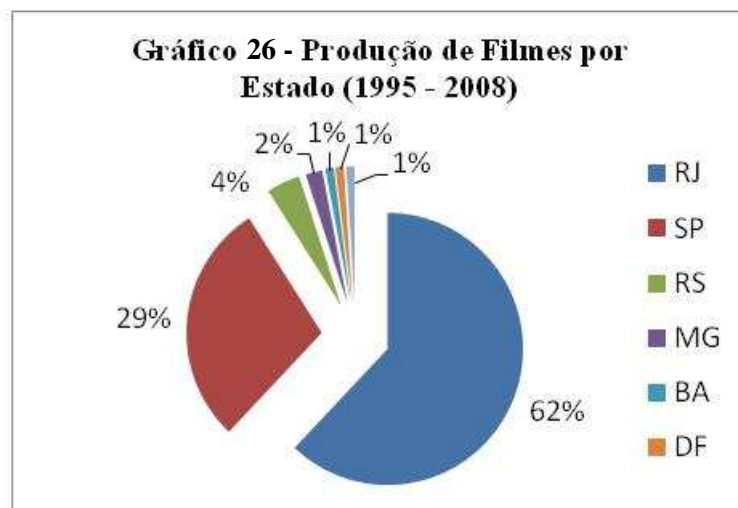
O último ponto a ser ressaltado é que em dois anos de captação esse artigo conseguiu captar mais do que o art. 3º nos seus oito primeiros anos em vigor e mais do que o art.1º nos seus dois primeiros anos em vigor.



Dados: ANCINE (2009) e Filme B (2009). Elaboração Própria.

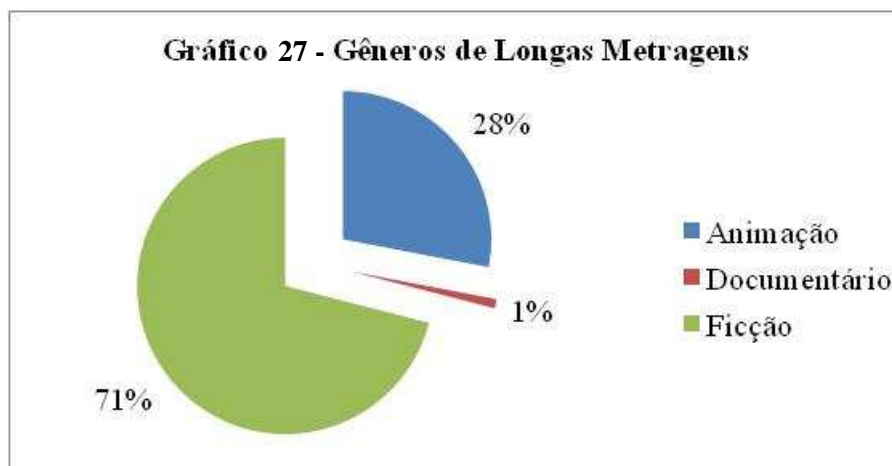
O Gráfico 26 mostra a produção nacional por estado, sendo que os estados com produção inferior a 1% do total, como é o caso do Ceará, Pernambuco, Mato Grosso e Paraná. Nele nota-se que a produção nacional está concentrada no estado do Rio de Janeiro com mais de 60% no período.

Nesse gráfico, está evidente que a produção nacional está concentrada também na região sudeste que com três estados detém 93% da produção nacional. Por outro lado, a região norte nem sequer é representada.



Dados: ANCINE (2009) e Filme B (2009). Elaboração Própria

No Gráfico 27 mais uma vez fica evidente a concentração da Lei do Audiovisual. Nele mostra-se que os longas metragens de ficção são maioria, representando mais de 71% do total.



Dados: ANCINE (2009) e Filme B (2009). Elaboração Própria

A Tabela 9 mostra os 10 maiores incentivadores do art. 1º da Lei de Incentivo do Audiovisual. Nela percebe-se que as quatro primeiras empresas são estatais e juntas representam 24,05% do total incentivado e que o BNDES é o maior incentivador com aproximadamente o dobro da segunda colocada a Petrobrás Distribuidora.

Outro ponto a ser ressaltado é que essas 10 primeiras concentram 36,85% dos valores incentivados pelo art. 1º ao longo desses 10 anos.

Tabela 9
Os 10 Maiores Incentivadores pelo Art.1º da Lei do Audiovisual (1995 – 2008)

1	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES	10,81%
2	Petrobrás Distribuidora S.A	5,98%
3	BNDES Participações S.A - BNDESPAR	3,68%
4	Nossa Caixa Nosso Banco S/A	3,58%
5	Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP	2,72%
6	Brasil Telecom S.A Matriz	2,68%
7	Agência Especial de Financiamento e Indústria - FINAME	2,4%
8	Banco do Estado de São Paulo	1,75%
9	Empresa Brasileira de Aeronautica S.A - EMBRAER	1,66%
10	Goodyear do Brasil Produtos de Borracha Ltda	1,59%

Fonte: ANCINE (2008). Elaboração Própria

Já na Tabela 10 tem-se as 10 maiores incentivadoras do art. 1º. Nela percebe-se que as 10 maiores concentram mais de 70% do incentivo por esta via e que o maior incentivador é uma estatal, a Petrobrás, que concentra 34,99% do total.

Nota-se que as duas estatais que aparecem entre as 10 primeiras empresas representam 38,18% no período.

Um ponto a se ressaltar é que nessa lista há mais empresas privadas e que elas juntas representam 22,15%

Tabela 10
Os 10 maiores Incentivadores pelo Art.1º - A da Lei do Audiovisual (2007 - 2008)

1	Petróleo Brasileiro S. A – Petrobrás	34,99 %
2	Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo – SABESP	11,43 %
3	Fiat Automóveis S/A	6,79 %
4	Banco Bradesco S/A - Matriz	4,99 %
5	Centrais Elétricas Brasileiras S.A – ELETROBRÁS	3,19 %
6	Brasil Telecom S.A Matriz	2,59 %
7	Telemar Norte Leste S.A	2,47 %
8	Companhia Siderúrgica Nacional - CSN	1,91 %
9	COELBA	1,76 %
10	C & A Modas Ltda	1,64 %

Dados: ANCINE (2008). Elaboração Própria

Na Tabela 11 tem-se pelo menos 3 filmes lançados por ano desde 2000. Nessa tabela pode-se perceber que dos 54 filmes apenas 24 filmes tiveram a renda total (renda nas salas de cinema) arrecadada maior que o valor captado, sendo que a maior renda de cada ano está representada na tabela. Esse dado demonstra a realidade da maioria dos filmes brasileiros, que não se pagam.

Tabela 11 – Filmes Brasileiros Lançados entre 2000 e 2008

Filme	Lançamento	Renda total	Valor Captado
Dois Filhos de Francisco	2005	36.728.278,00	5.746.000,00
Carandiru	2003	29.623.481,00	4.800.000,00
Se eu Fosse Você	2006	28.916.137,00	4.298.172,32
Cazuza: o Tempo não Pára	2004	21.230.606,00	4.174.500,00
Tropa de Elite	2007	20.422.567,00	6.523.654,01
Olga	2004	20.375.397,00	6.649.216,81
Lisbela e o Prisioneiro	2003	19.915.933,00	4.148.071,93
Os Normais	2003	19.874.866,00	1.500.000,00
Cidade de Deus	2002	19.066.087,00	3.002.325,99
Meu Nome Não é Johnny	2008	18.365.978,00	5.605.097,30
Sexo, Amor e Traição	2004	15.775.132,00	3.619.761,04
Maria: a Mãe do Filho de Deus	2003	12.842.085,00	3.824.947,00
Xuxa e os Duendes	2001	11.691.200,00	3.699.999,98
Deus é Brasileiro	2003	10.655.438,00	5.498.999,66
Xuxa Popstar	2000	9.625.191,00	1.902.354,00
A Dona da História	2004	9.025.423,00	4.896.360,00
Ensaio Sobre a Cegueira	2008	7.655.456,00	6.900.000,00
O Casamento de Romeu e Julieta	2005	7.303.657,00	6.750.000,00
Primo Basílio	2007	6.376.703,00	7.138.249,13
Zuzu Angel	2006	5.789.238,00	6.036.000,00
Irmãos de Fé	2004	5.652.025,00	4.358.962,00
O Cavaleiro Didi e a Princesa Lili	2006	4.672.418,00	3.839.500,00
Era Uma Vez...	2008	4.542.398,00	5.645.645,45
Eu tu Eles	2000	4.111.481,00	4.293.298,68
Muito Gelo e Dois Dedos d'água	2006	3.960.788,00	5.700.940,00
Última Parada 174	2008	3.681.090,00	3.902.500,00
Sexo com Amor?	2008	3.527.053,00	4.984.034,59
Ó Paí ó	2007	3.172.654,00	3.154.917,52
O Ano em que Meus Pais Saíram de Férias	2006	3.169.763,00	5.900.000,00
Bossa Nova	2000	3.165.333,00	4.264.065,37
O Homem Que Desafiou O Diabo	2007	2.992.203,00	5.705.001,00
Vinícius	2005	2.378.985,00	2.100.000,00
O Xangô de Baker Street	2001	2.275.052,00	4.008.587,82
Irma Vap - o Retorno	2006	2.239.090,00	6.081.410,38
Cidade dos homens - o Filme	2007	2.238.343,00	5.610.150,00
Abril Despedaçado	2001	2.063.956,00	2.849.529,90
O Guerreiro Didi e a Ninja Lili	2008	2.048.541,00	4.936.903,00
Xuxa em Sonho de Menina	2007	1.965.143,00	3.412.160,00
Romance	2008	1.933.829,00	5.367.123,39
Redentor	2004	1.880.401,00	4.767.115,00
Avassaladoras	2002	1.722.883,00	1.668.147,75
Os Desafinados	2008	1.675.182,00	7.198.044,51
Casa de areia	2005	1.557.698,00	6.952.600,00
Chega de Saudade	2008	1.514.059,00	5.038.324,00

A Mulher do meu Amigo	2008	1.078.641,00	3.443.651,00
O Grilo Feliz	2001	1.022.404,00	2.869.180,00
Polaróides Urbanas	2008	801.029,00	6.277.177,73
Gatão de Meia-idade	2006	751.249,00	3.636.288,83
O Homem do Ano	2003	726.383,00	3.540.320,00
Orquestra dos Meninos	2008	381.208,00	4.998.000,00
Ônibus 174	2002	203.962,00	200.000,00
Feliz Natal	2008	155.751,00	2.858.661,01
Dias e Noites	2008	44.209,00	1.346.889,14
Cleópatra	2008	40.956,00	3.059.019,99

Dados: ANCINE (2009) Filme B (2009). Elaboração Própria

III.2.3 – Críticas à Lei

A principal crítica a Lei do Audiovisual é que ela é altamente concentradora, assim como a Lei Rouanet em vigor.

Outra crítica em comum com a Rouanet é o fato da isenção fiscal só beneficiar as grandes empresas que tem o regime de tributação baseado no lucro real que no Brasil representam apenas 2% do total das empresas.

Outra crítica é a dificuldade que o cinema encontra em captar recursos, primeiramente por, como descrito acima, somente grandes empresas poderem usar a Lei do Audiovisual; em segundo lugar pelo prazo que um filme demora em ficar pronto.

Um filme não como uma peça de teatro que depois de escolhido o texto com dois meses tem a possibilidade de estar pronta para entrar no circuito, se tiver patrocínio. Pelo contrário, demora no mínimo dois anos para ficar pronto, isso se conseguir captar todo seu orçamento. Esse prazo é o segundo entrave já que esse tempo é muito para a política de marketing de uma empresa e para o retorno da imagem do patrocinador. Por esse fato as empresas preferem patrocinar outros segmentos culturais e quando querem patrocinar o cinema preferem filmes que estão na fase de finalização que é mais garantido por se ter certeza de que o filme será lançado e em pouco tempo.

Outro fator que dificulta a captação de recursos é a necessidade do filme ser comercial, gerando retornos ao patrocinador, o que não ocorre com os filmes de arte, por exemplo, já que eles entram em um circuito menor de exibição, não entram nas grandes salas e conseqüentemente tem um público menor.

Nesse sentido, há a crítica, também em comum com a Rouanet, de que a isenção fiscal para empresas as deixa com total poder de escolha dos projetos que devem ser patrocinados e que devem ser assistidos pelo grande público. Ou seja, mais uma vez é transferência de dinheiro público para política de marketing privada das grandes empresas.

E a mais séria das críticas é o fato do audiovisual ser, talvez, a indústria mais dependente das leis de incentivos. Até agora o setor não encontrou a auto-sustentabilidade e no final do exercício fiscal de 2010 encerra-se o prazo de vigência do Art.1º da Lei do Audiovisual, principal mecanismo de captação.

Os filmes brasileiros em sua maioria não se pagam no sentido de que o valor captado é normalmente superior ao arrecadado com a bilheteria, como podemos perceber na Tabela 10 da seção anterior. Por isso e por não ter certeza da data de lançamento do filme, os patrocinadores pouco investem dinheiro que não seja derivado de incentivos fiscais, já que tal prática transfere o risco do incentivo para o Estado.

Mesmo com filmes que não utilizam recursos via lei de incentivos isso ocorre. O último exemplo é o filme “Lula, o filho do Brasil” que não utilizou incentivos fiscais e teve um orçamento de R\$ 16 milhões (R\$ 12 milhões na produção e R\$ 4 milhões na divulgação), segundo Paula Barreto a produtora do filme em entrevista ao jornal O Globo, e não chegará a atingir o público estimado de 5 milhões de espectadores. Em outras palavras, o valor captado para o filme será superior a renda, mesmo que o filme atinja o público de 1 milhão (nova meta estipulada pelos produtores depois do lançamento).

As alternativas à Lei do Audiovisual são o investimento nos projetos audiovisuais sem os incentivos fiscais pelas empresas que assumiriam os riscos e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) que tem recursos oriundos do da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes do mercado, principalmente da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE - e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações – FISTEL.

O FSA contempla atividades associadas aos diversos segmentos da cadeia produtiva do setor – a produção, a distribuição/comercialização, a exibição, e infra-estrutura de serviços – mediante a utilização de diferentes instrumentos financeiros, tais como

investimentos, financiamentos, operações de apoio e de equalização de encargos financeiros.

Porém, o FSA começou a funcionar em 2009 e ainda é um mecanismo muito novo para que se possa afirmar que ele realmente conseguirá substituir os incentivos.

No capítulo seguinte será visto o funcionamento da economia do esporte no Brasil, primeiramente pela ótica da lei de incentivo ao esporte, que como dito anteriormente, foi baseada nas leis de incentivo a cultura, seguida pela comparação com a economia do esporte no mundo, com a economia da cultura, e as perspectivas para o setor que no Brasil é promissor pelos eventos que ainda irá sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016.

CAPÍTULO IV – O ESPORTE NO BRASIL

Visto como funciona a economia da cultura pela ótica das leis do incentivo, neste capítulo será apresentado o funcionamento da economia do esporte e as perspectivas para o setor.

A economia do esporte no Brasil ganhou força com a aprovação da lei de incentivo ao esporte, com a realização dos jogos pan-americanos no Rio de Janeiro e, com a perspectiva de realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil e dos jogos olímpicos, também no Rio de Janeiro.

O capítulo está dividido em quatro partes, a primeira subdivide-se em duas partes que descrevem a Lei de Incentivo ao Esporte e apresentam as suas críticas. A segunda também tem duas subdivisões, sendo que a primeira compara a Economia do Esporte no Brasil com a do resto do mundo e com a Economia da cultura, apresentados nos dois capítulos anteriores. A terceira parte visa mostrar as perspectivas para o setor esportivo.

IV.1 – A Lei do Esporte

A Lei do Esporte Nº 11.438 foi sancionada em dezembro de 2006, baseada na Lei Rouanet conforme dito anteriormente, dispondo sobre incentivos e benefícios com o objetivo de promover as atividades de caráter desportivo. Todavia, a aprovação de projetos por meio dessa lei só foi possível a partir de dezembro de 2007.

IV.1.1 – Descrição da Lei do Esporte

Essa legislação autoriza a partir do ano-calendário de 2007 até o ano calendário de 2015 a dedução do imposto de renda por pessoas físicas e jurídicas tributadas com base no lucro real “os valores despendidos a título de patrocínio ou doação, no apoio direto a

projetos esportivos e paradesportivo previamente aprovados pelo Ministério do Esporte” (BRASIL, 2007, Art1º).

Também permite que entidades de natureza esportiva, “pessoa jurídica de direito público, ou de direito privado com fins não econômicos, cujo ato constitutivo disponha expressamente sobre sua finalidade esportiva” (BRASIL, 2007, II, Art. 2º) apresente para aprovação até seis projetos desportivos ou paradesportivos no ano-calendário no Ministério do Esporte com a finalidade de captar recursos que visem por meio de patrocínio ou doação a realização do projeto.

Os patrocínios e as doações aos projetos são limitados a dedução no Imposto de Renda devido de até seis por cento para pessoas físicas e um por cento tributados no lucro real de pessoas jurídicas. Os benefícios fiscais dessa legislação não excluem ou reduzem outros benefícios fiscais em vigor.

A legislação proíbe a utilização de recursos provenientes dos incentivos para o pagamento de remuneração de atletas profissionais em qualquer modalidade, assim como o “pagamento de quaisquer despesas relativas à manutenção e organização de equipes desportivas ou paradesportivas profissionais de alto rendimento, [...] ou de competições profissionais”. (BRASIL, 2007, §2º, Art. 5º).

E vedada, também, a concessão de incentivo a projetos desportivos que sejam destinados ao público privado, que haja a comprovada capacidade de atrair investimento independente da lei e a projetos cujo orçamento ultrapasse o permitido.

De acordo com o Art. 4º do Decreto Nº 6.180, de 30 de agosto de 2007 os projetos devem atender a pelo menos uma das seguintes manifestações:

I - desporto educacional, cujo público beneficiário deverá ser de alunos regularmente matriculados em instituição de ensino de qualquer sistema, [...], evitando-se a seletividade e a hipercompetitividade de seus praticantes, com a finalidade de alcançar o desenvolvimento integral do indivíduo e a sua formação para o exercício da cidadania e a prática do lazer;

II - desporto de participação, caracterizado pela prática voluntária, compreendendo as modalidades desportivas com finalidade de contribuir para a integração dos praticantes na plenitude da vida social, na promoção da saúde e educação e na preservação do meio ambiente; e

III - desporto de rendimento, praticado segundo regras nacionais e internacionais, com a finalidade de obter resultados, integrar pessoas e comunidades do País e estas com as de outras nações.

Os proponentes para apresentação do projeto ao Ministério do Esporte devem se cadastrar no site do Ministério com as suas informações, posteriormente cadastrar o projeto escolhendo uma agência do Banco do Brasil ou da Caixa Econômica Federal para que no momento da publicação da aprovação do projeto no Diário Oficial da União (DOU) o Ministério informe as contas bloqueada (conta que é bloqueada para qualquer movimentação pelo proponente e liberada para o recebimento de depósitos referentes aos recursos captados) e de livre movimentação (conta que poderá ser movimentada e que somente receberá recursos da conta bloqueada quando assinado o termo de compromisso).

Depois de cadastrar o projeto no site o proponente deve encaminhar ao Ministério do Esporte em 1 via impressa o formulário e os documentos que constam no art. 9º do Decreto nº 6.180, de 30 de agosto de 2007 sem encadernação para avaliação.

Após a avaliação e aprovação, caso ocorra, será comprovada a regularidade fiscal e tributária do proponente nas esferas federal, estadual, distrital e municipal, no prazo de no máximo 180 dias a contar da aprovação, para então se publicar no DOU.

No DOU é publicado:

- a) Número do processo;
- b) Título do Projeto;
- c) Número de registro no Ministério do Esporte;
- d) Instituição proponente, respectivo CNPJ, estado e cidade;
- e) Manifestação beneficiada;
- f) Valor e prazo autorizado para captação;
- g) Dados bancários da conta corrente bloqueada.

Somente após a publicação da aprovação os proponentes podem começar a captar recursos sendo permitida a contratação de serviços destinados à elaboração dos projetos

à captação de recursos, limitados de acordo com o art. 65 da Portaria nº 120, de 03 de Julho de 2009 a:

I – projetos desportivos ou paradesportivos cuja manifestação seja desporto educacional, até 10% (dez por cento) do valor total do projeto ou, no caso de captação parcial, do valor efetivamente captado;

II – projetos desportivos ou paradesportivos cuja manifestação seja desporto de participação, até 7% (sete por cento) do valor total do projeto ou, no caso de captação parcial, do valor efetivamente captado;

III – projetos desportivos ou paradesportivos cuja manifestação seja desporto de rendimento, até 5% (cinco por cento) do valor total do projeto ou, no caso de captação parcial, do valor efetivamente captado; e

IV - projetos desportivos ou paradesportivos em que conste declaração expressa do proponente no sentido de que a captação de recursos seja integral e exclusivamente realizada com pessoas físicas, até 10% (dez por cento) do valor total do projeto, independentemente da manifestação desportiva atendida.

Por último, nos casos de nenhuma captação ou captação parcial dos recursos autorizados no prazo determinado pelo Ministério do Esporte o proponente pode solicitar a prorrogação do prazo ou a autorização para início da execução dos projetos mediante a apresentação do plano de trabalho ajustado à nova situação financeira.

Entretanto, o ajuste do plano de trabalho só pode ser pedido uma única vez, desde que tenha sido captado no mínimo 20% do total aprovado originalmente. O mesmo vale para a solicitação do início da execução o projeto.

IV.1.2 – O que essa Lei vem significando para o Setor

Para efeito dessa avaliação utilizam-se os dados disponíveis no site do ME para o período de 2007 a 2009 com a última atualização no dia 09 de março de 2010.

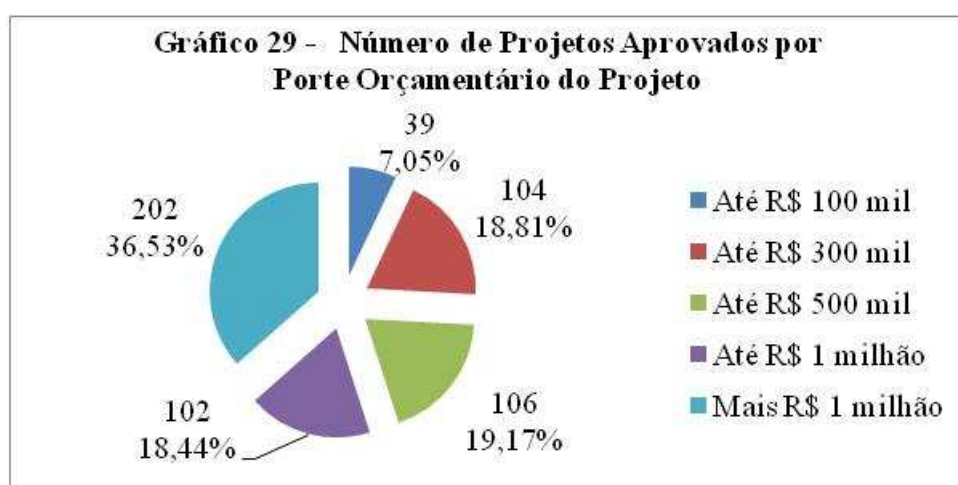
A avaliação começa pelo número de projetos aprovados por ano. Nesse Gráfico (28) percebe-se que ao longo desses três primeiros anos da LIE o número de projetos aprovados cresceu aproximadamente nove vezes do primeiro para o segundo ano e quase dobrou do segundo para o terceiro, mostrando a tendência de crescimento.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

Gráfico 29 mostra o número de projetos aprovados por porte orçamentário. Ao longo desses 3 anos percebe-se que há uma concentração de projetos aprovados com orçamento maior que R\$1 milhão, 36,53%, enquanto há poucos projetos aprovados com até R\$ 100 mil, menos de 10% do total aprovado.

Nota-se também que nos orçamentos de porte médio apresentam praticamente o mesmo número de projetos aprovados.



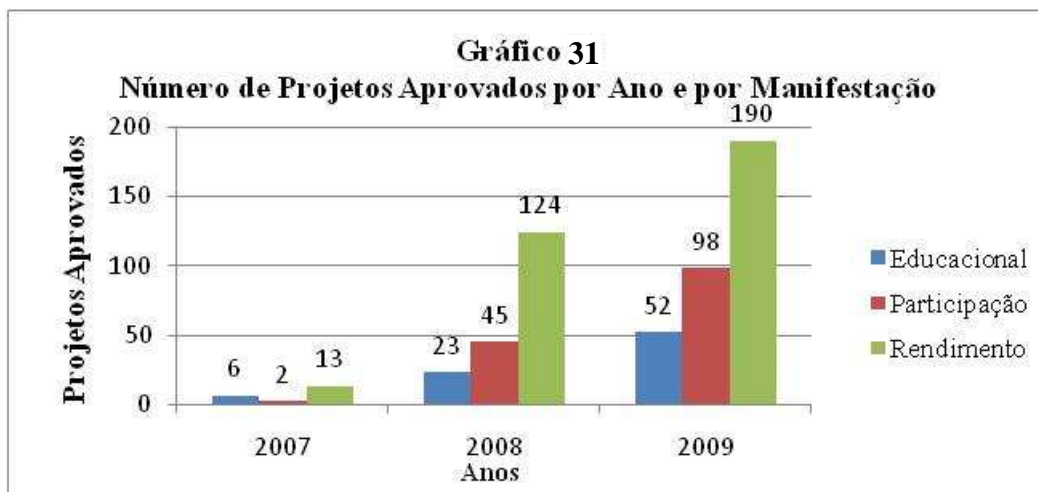
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

No gráfico 30 fica evidente o fato de se ter uma aprovação maior dos projetos de alto rendimento, projetos que visam à competição, que domina com quase 60% do total. Com relação a esse fato, percebe-se que os o número de projetos aprovados de manifestação educacional é 4 vezes inferior ao de rendimento.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

No gráfico seguinte que mostra o número de projetos aprovados por ano e por manifestação fica evidente que ainda não está conseguindo ter, por parte da aprovação dos projetos, uma igualdade. E sim o contrário, está ocorrendo uma concentração na manifestação de rendimento que aprova a taxas superiores que as outras manifestações.



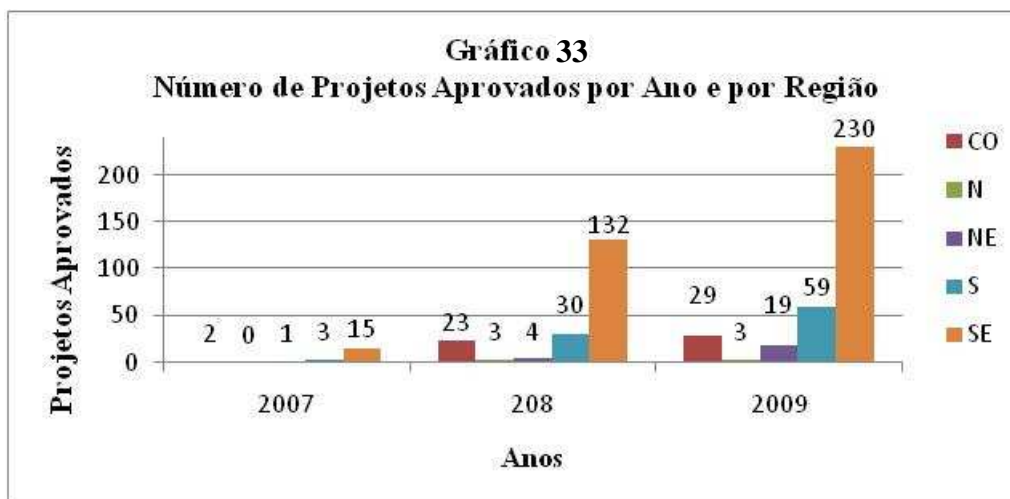
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O Gráfico 32 mostra o número de projetos aprovados por região. Nele, também, já se nota que há concentração e é por parte da região sudeste que concentra mais de 60% dos projetos aprovados, enquanto que a região norte apresenta apenas 1% do total de projetos aprovados.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

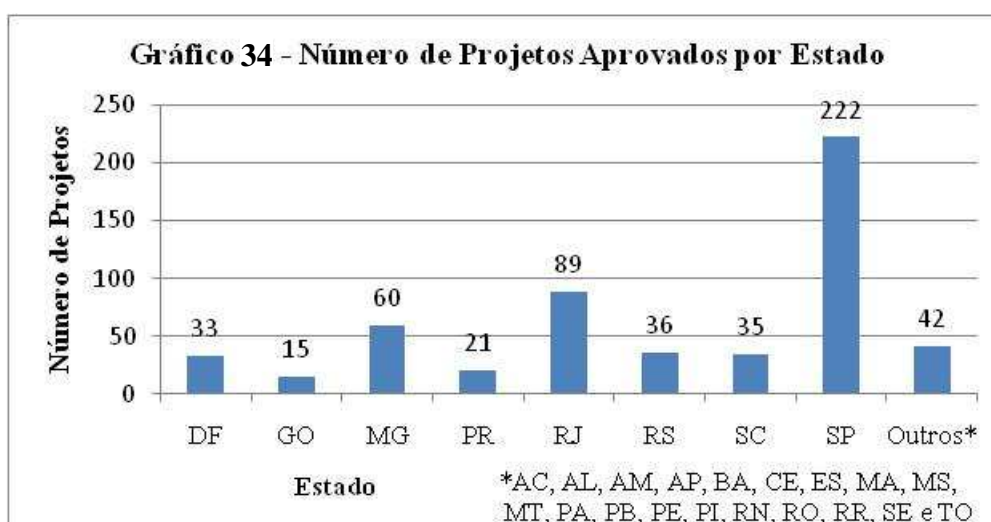
No Gráfico 33, que apresenta o número de projetos aprovados por ano e por região, assinala-se que em 2007 não houve projetos captados para a região norte e nos dois anos seguintes essa região aprovou o mesmo número de projetos, apenas 3, enquanto as outras regiões aprovaram mais projetos progressivamente.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O gráfico seguinte mostra o número de projetos aprovados por estado. Nele foram separados os 8 que mais aprovam (tendo no mínimo 10 projetos aprovados cada) dos demais estados.

Os 8 estados listados concentram mais de 90% dos projetos aprovados nos três anos em que a LIE está aprovando e São Paulo destaca-se por ser o estado que mais aprova, já tendo mais de 200 projetos aprovados.

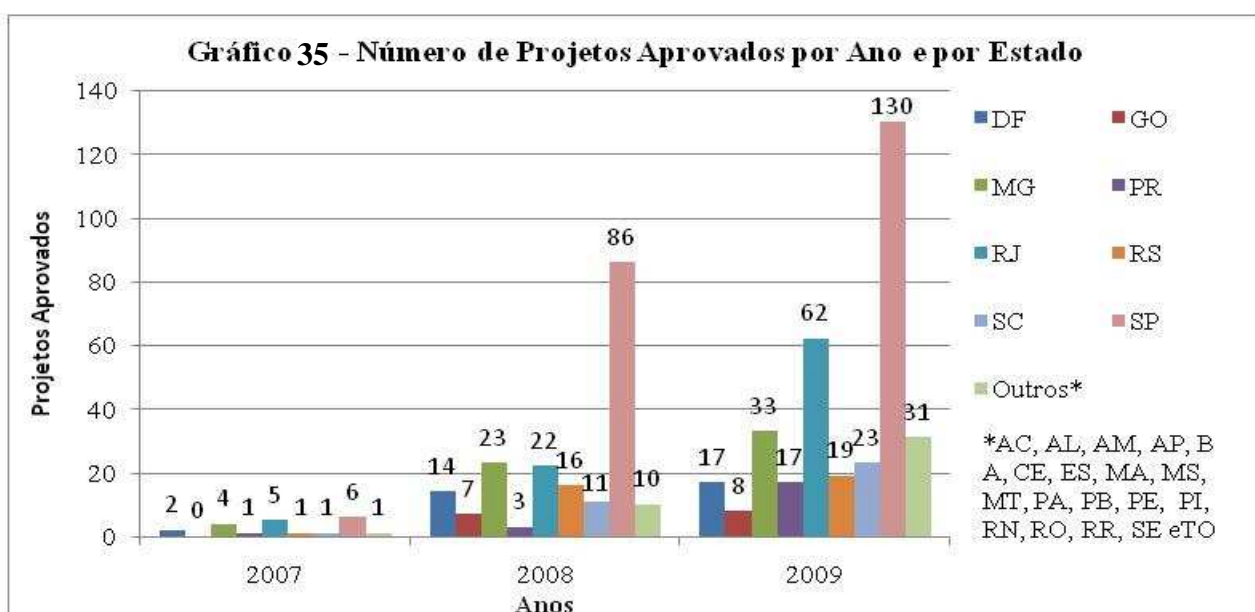


Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

Quanto aos outros estados, cabe ressaltar que ainda há estados que não aprovaram nenhum projeto como o Acre, Maranhão e Roraima.

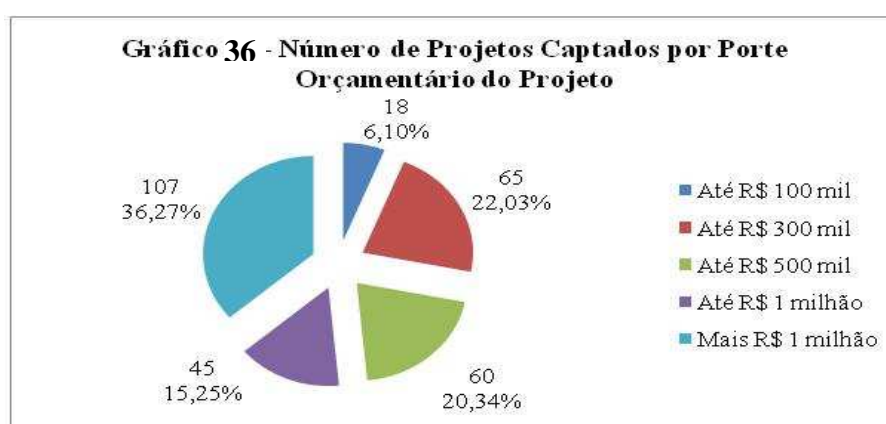
O Gráfico 35 mostra que São Paulo desde o primeiro ano foi o estado que mais aprovou projetos e que sempre manteve uma relativa distância em relação aos outros estados.

Em 2007, primeiro ano da lei, apenas 8 estados aprovaram projetos, sete dessa lista, menos Goiás, e Ceará. Particularmente, o Ceará dos outros estados é o que mais aprovou, em 2008 apenas 1 e em 2009 seis projetos totalizando 8 projetos.



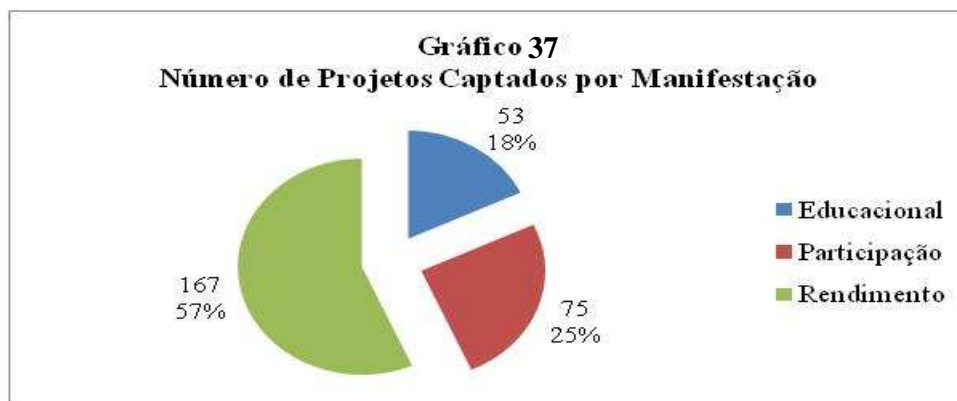
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

Na seqüência, o Gráfico 36 mostra o número de projetos captados por porte orçamentário. Nele percebe-se que mais da metade dos projetos com orçamento acima de R\$ 1 milhão conseguiu captar alguma coisa e que o mesmo somente não se repete com os projetos que tem orçamento entre R\$ 500 mil e R\$1 milhão que captaram bem menos que a metade e com os projetos pequenos com até R\$100 mil.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

Já o Gráfico 37 mostra que, além da concentração dos projetos captados estarem na mesma manifestação que mais aprova, nota-se que em todas as manifestações mais da metade dos projetos captaram algum recurso, com mais ou menos a mesma distribuição que a de aprovação.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O gráfico 38 mostra o número de projetos captados por região. Nesse gráfico percebe-se que a captação está concentrada na região sudeste com mais de 70% enquanto que as três regiões que menos captaram juntas apresentaram menos projetos captados do que a região sul, a segunda que mais captou.

Também cabe ressaltar que a região norte, nesses três anos, só teve um projeto com captação.

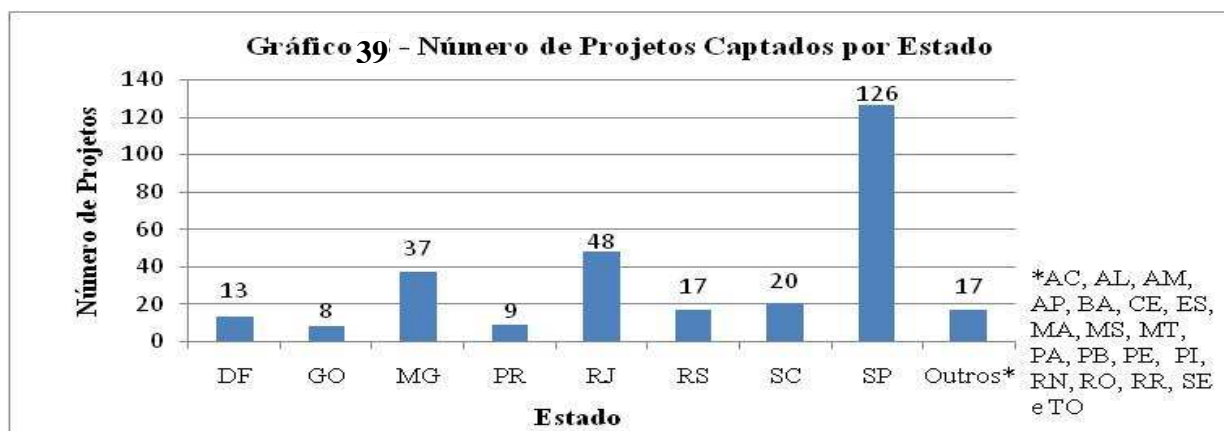
O Gráfico 39, número de projetos captados por estado, mostra que do grupo dos 8



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

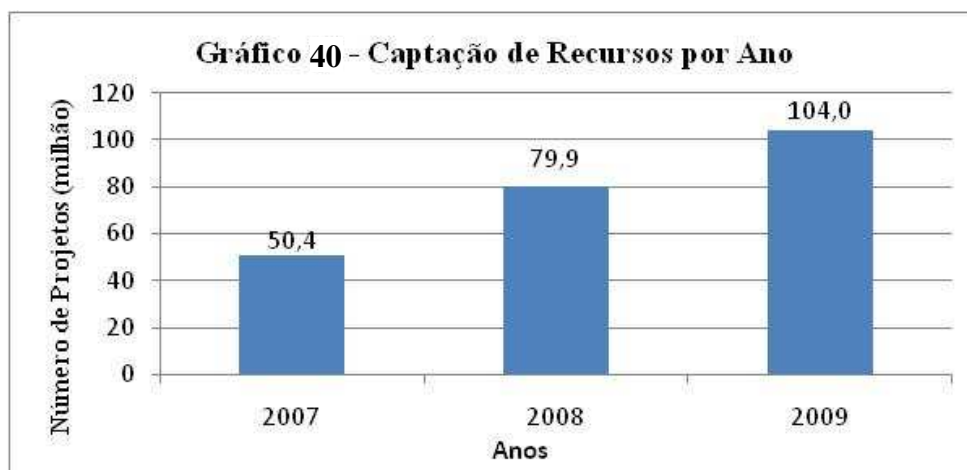
primeiro, apenas Minas Gerias, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo tem pelo menos a metade dos projetos com alguma captação ao longo do período.

Dos outros estados que no período tiveram algum projeto aprovado, Amazona, Amapá, Mato Grosso do Sul, Pará, Pernambuco e Rondônia não tiveram, ainda em 2009, nenhum de seus projetos aprovados captados.



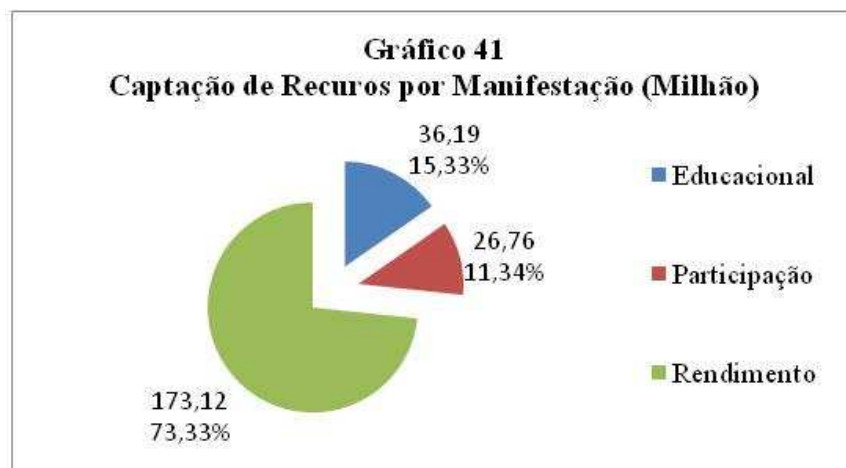
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O gráfico 40 representa o total captado ao longo dos três primeiros anos de execução da LIE. Nele percebe-se, além da captação crescente, que no primeiro ano a captação passou dos R\$ 40 milhões pelos incentivadores já terem um conhecimento prévio de como se investe recursos via Lei de Incentivos (Lei Rouanet e do Audiovisual são exemplos e o investimento nelas não é concorrente com o da LIE, a utilização de uma lei não exclui a da possibilidade de se abater do imposto de renda o patrocínio na outra).



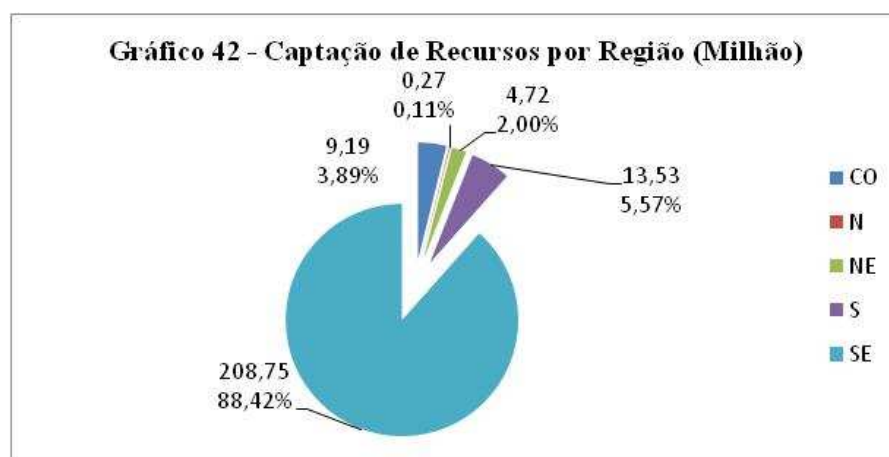
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O antepenúltimo gráfico dessa seção aponta para a concentração de captação na região sudeste e para o pequeno valor captado para a região norte, não chegando nem a 1% do total captado o que chega a tornar difícil sua visualização no gráfico.



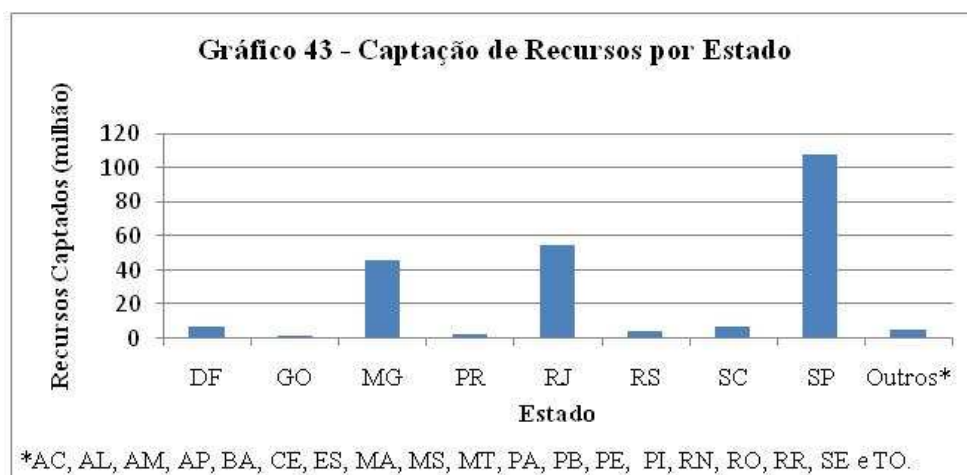
Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

O Gráfico 42 mostra a captação de recursos por região, nele perceber-se que a região sudeste concentra mais de 80% da captação enquanto a região Norte não apresenta nem 1% do total da captação nesses 3 anos da LIE.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria.

Por último, mostra-se através do gráfico 43 que os três principais estados da região sudeste concentram a captação de recursos e que todos os outros juntos não passam dos R\$ 30 bilhões de reais.



Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria.

A Tabela 12 mostra que a maior incentivadora da LIE é a Petrobrás única estatal entre as 10 primeiras com 12% do total investido e as empresas desse ranking representam 33% do total investido. As empresas são reconhecidas, aqui também, por CNPJ, mas percebe-se que duas empresas pertencentes ao grupo Bradesco concentram 8% do total investido, e o grupo Usicultura (Usiminas e Cosipa) detêm 3% da participação.

Tabela 12 – Maiores Incentivadores através da LIE

#	Empresa	Incentivo (R\$)
1	Petróleo Brasileiro S/A - Petrobrás	28.853.877,08
2	Banco Bradesco S.A.	10.780.000,00
3	Bradesco Vida e Previdência S/A	7.774.911,50
4	Cemig Distribuição S.A	7.500.000,00
5	Fiat Automóveis S/A	5.711.355,34
6	Companhia Siderúrgica Paulista - COSIPA	4.294.780,66
7	Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais S/A - Usiminas	3.941.757,75
8	Telecomunicações de São Paulo S.A - TELESP	3.842.984,23
9	Redecard S/A	2.900.000,00
10	V & M do Brasil S.A	2.770.000,00

Dados: Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

IV.1.3 – Críticas à Lei

A principal crítica a Lei de Incentivo ao Esporte é a mesma que a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual ela é altamente concentradora como podemos perceber na seção anterior.

A concentração atinge a manifestação de rendimento, tanto no número de projetos aprovados quanto nos captados e no valor captado; a região sudeste que concentra aproximadamente 70% dos projetos aprovados e captados, mais de 80% do valor captado, tendo São Paulo como estado que mais aprova e capta.

A segunda crítica, também comum as outras duas legislações de incentivo fiscal, é o fato da isenção fiscal só beneficiar as grandes empresas que tem o regime de tributação baseado no lucro real que no Brasil representam apenas 2% do total das empresas.

A última crítica, também é comum as duas leis, que é a de que a legislação de isenção fiscal transfere dinheiro público para política de marketing das grandes empresas já que elas tem total liberdade de escolha a qualquer tipo de desporto patrocinar.

Na seção seguinte faz-se uma breve comparação da Lei do Esporte com as economias do esporte no mundo e da cultura.

IV.2 – Comparação da Lei do Esporte

A seguir será feita a comparação da economia do esporte no Brasil com o esporte no mundo e com a economia da Cultura, devido às semelhanças de suas leis de incentivo.

IV.2.1 – Com a Economia dos Esportes no Mundo

De acordo com os dados da tabela 12, a prática esportiva e as atividades de produção, comércio e serviços relacionadas ao esporte em geral, no Brasil, compõem 1,93% do PIB de 627 bilhões de dólares (em 2004), algo como 12,1 bilhões de dólares. O valor percentual do PIB do esporte é crescente: em 1999 foi de 1,91%. Isso significa que o setor esporte cresce acima da média do Brasil e evolui em comparação com outros setores da economia.

No entanto, o Brasil ainda tem um PIB esportivo modesto em comparação com países europeus e até com a potência emergente da China. Em 1999, o PIB do esporte brasileiro era de 10,3 bilhões de dólares e o da China, de 16,5 bilhões de dólares. Em 2004, o do Brasil chegou a 12,1 bilhões de dólares e o da China, a 40,9 bilhões de dólares (mais de três vezes maior).

Para o Brasil pode ser difícil acompanhar países do Primeiro Mundo e a China, mas o esporte brasileiro parece estar num bom caminho. Entretanto, em termos percentuais, a taxa de participação do esporte brasileiro no PIB nacional é semelhante à dos EUA, dos países europeus e da China.

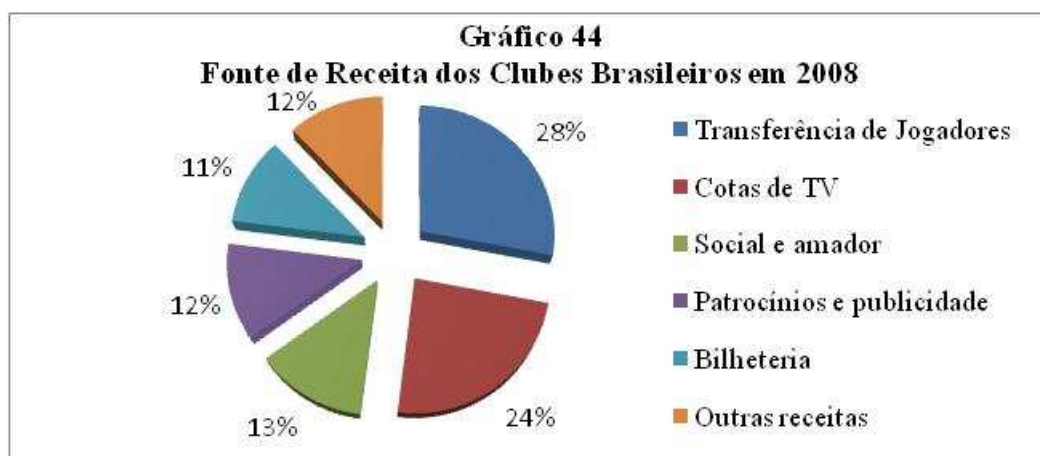
Segundo Istvan Kasznar, no dossiê do esporte, a vitalidade do setor esportivo no Brasil deve-se ao fato de ser um setor da economia particularmente dinâmico e moderno e podendo estimular positivamente as demais indústrias, criando efeitos de multiplicação de riqueza, renda e emprego a uma taxa bem superior à das indústrias tradicionais.

Tabela 13 - O PIB do Brasil e o PIB do Esporte Brasileiro

	Brasil / ano	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Em US\$ (bi)	Brasil	537	602	510	459	498	627
	Esporte	10,3	11,9	10,1	9	9,6	12,1
% do PIB	Esporte	1,91	1,97	1,98	1,96	1,93	1,93

Fonte: SPORTV (2006)

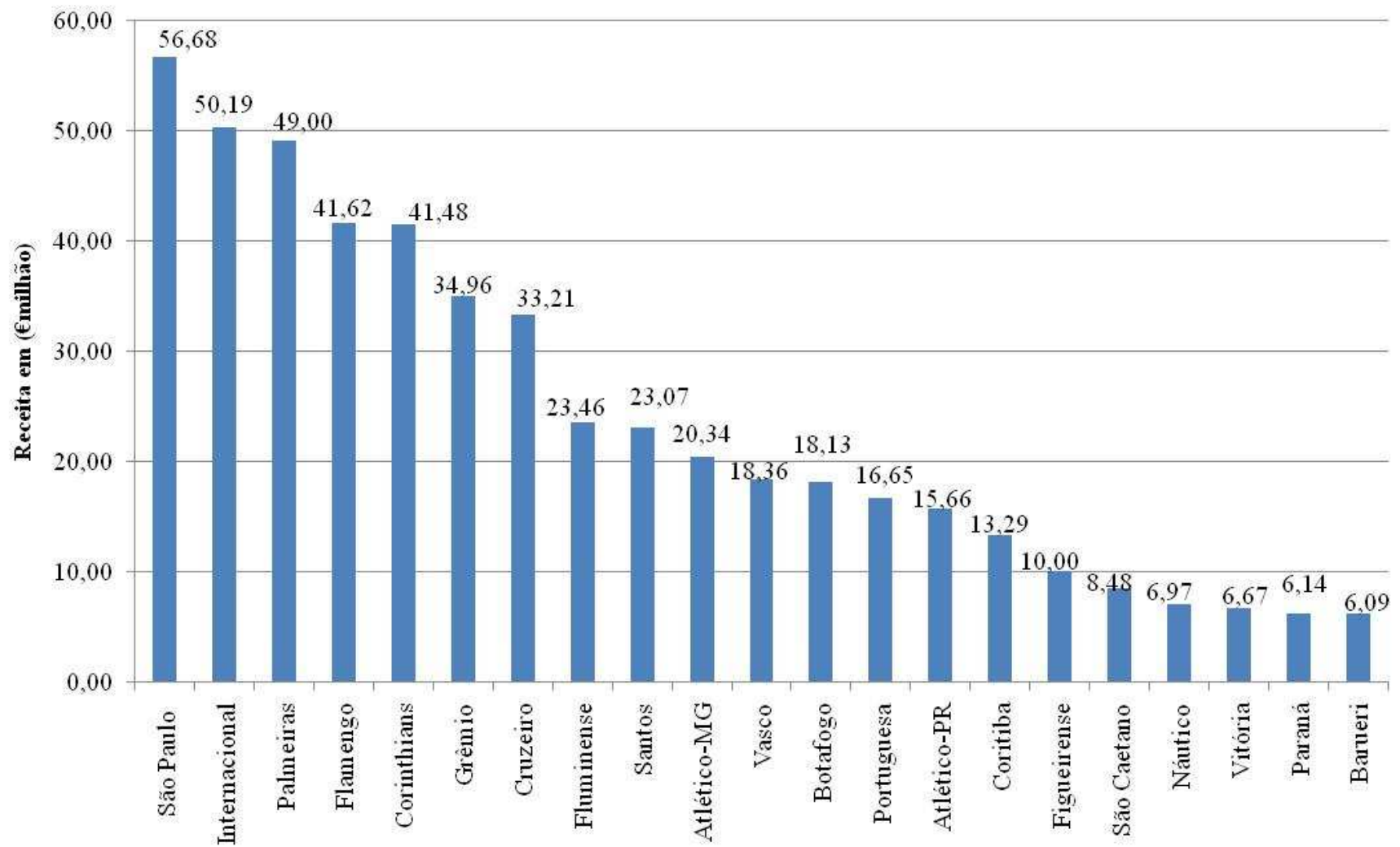
No que diz respeito aos salários dos jogadores, o Brasil, também não se compara com os países europeus e EUA. Os salários dos atletas profissionais nesses países são bem maiores e seus clubes apresentam uma estrutura diferenciada onde, no caso do futebol, 13 dos 20 clubes citados no Gráfico 1, têm a maior parte de suas receitas provenientes de cotas de TV, ao contrário do que acontece no Brasil, onde a maior parte da receita dos times é proveniente da transferência (muitas vezes para o exterior) de jogadores, como é apresentado no gráfico 44.



Fonte: Globo Esporte (2009)

Ainda no que diz respeito à receita dos clubes, no caso brasileiro elas são menores que na Europa (comparando-se os gráficos 1 e 45) e apenas 6 dos 21 clubes com maiores receitas não gastaram mais do que arrecadaram em 2008. E ainda, com essas receitas, os clubes brasileiros não poderiam arcar com os salários dos maiores jogadores europeus (tabela 1) e americanos (tabela5), primeiramente por suas receitas estarem comprometidas a ponto desses clubes já gastarem mais do que arrecadam e em segundo lugar por esses valores serem muito altos para a realidade de receitas dos clubes brasileiros. Por exemplo, o Coritiba se contratasse o Cristiano Ronaldo gastaria toda sua receita no salário deste único jogador, e o grêmio comprometeria, aproximadamente, 11% de sua receita somente com o David Beckham ou 5% com o Cuauhtemoc Blanco.

Gráfico 45 - Receita dos Clubes do Futebol Brasileiro em 2008



Dados: Globo Esporte (2009). Elaboração Própria.

Os clubes brasileiros, na maioria dos esportes, são fornecedores de atletas para os clubes dos outros países. Isso se dá devido à falta de uma política para mantê-los treinando e competindo pelo país. Em todos os esportes os atletas brasileiros não tem uma estrutura adequada para treinar no país, estrutura essa que vai desde instalações adequadas até a sobrevivência profissional desses atletas. Muitos deles por falta de patrocínio não conseguem nem participar de competições internacionais.

No caso do futebol, por exemplo, existe a FIFA proíbe a transferência internacional de jogadores menores de idade, no entanto há casos em que se os clubes tentam "convencer" a família de um craque-mirim a se mudar para a Europa. Eles oferecem moradia, carro, estudo e renda mensal para os pais. Tudo isso em troca da mudança da família para a cidade do clube e do compromisso de que a promessa de craque não assinará contrato com outros times.

Nessa mesma realidade de transferência de atletas, em outros esportes jovens ganham bolsas de estudos, principalmente nos EUA, para estudarem e assim ingressarem nas ligas universitárias americanas.

Os países da análise investem em infra-estrutura, em instalações adequadas para que os atletas possam treinar no próprio país e, principalmente no caso do Canadá, dá-se uma grande importância aos treinadores que são importantes para a formação do atleta.

IV.2.2 – Com a Economia da Cultura

Em comparação a economia da Cultura, podemos perceber que a LIE ainda tem muito o que crescer, supondo que a aprovação de projetos e o investimento nos dois setores tenda a ser aproximadamente igual, já que as leis são similares e não excludentes.

No que diz respeito à aprovação de projetos, através dos gráficos 2 e 28, percebemos que a Lei Rouanet aprova desde 2004 mais de 5 mil projetos ao ano enquanto a LIE ainda não ultrapassou a casa dos 400 projetos.

No tocante ao número de projetos aprovados por região e por estado a Lei de Incentivo ao Esporte apresenta a mesma tendência de concentração na região sudeste e

principalmente em São Paulo tanto no número de projetos aprovados, captados e na captação total de recursos.

No que diz respeito ao valor captado, percebe-se que o total captado pela LIE até 2009 representa apenas 8,53% do valor da Rouanet. Ao mesmo tempo, percebe-se que as estatais não são decisivas ou tão significantes quanto na Rouanet e na Lei do Audiovisual. As empresas privadas, que são maioria, mesmo sendo consideradas em grupo concentram parcelas pequenas, porém significantes dos investimentos.

Nesse tópico, percebe-se que a Petrobrás se configura como a maior incentivadora não só no setor de cultura, mas também no esporte via leis de incentivos. Por outro lado, a tendência de crescimento da LIE vem se confirmando como pode ser observado nas tabelas 10 e 12. Os valores investidos a cada ano na LIE apresentam uma taxa de crescimento superior aos investidos na Rouanet como nota-se nas tabelas 13 e 14, chegando de 2007 para 2009 a ter um crescimento de 106,5%, enquanto os investimentos via Rouanet apresentam redução de 15,9% no período apresentado.

Tabela 14 - Total Investido nas Leis Rouanet e do Esporte (2007 - 2009)

Total Investido / Lei	Rouanet	variação (%)	Esporte	variação (%)
2007	986.676.704,55	-	50.432.850,01	-
2008	951.414.234,82	-3,57%	79.899.031,05	58,43%
2009	829.838.639,91	-12,78%	104.013.789,17	30,18%
Total	2.767.929.579,28	-15,90%	234.345.670,23	106,24%

Dados: Ministério da Cultura (2010), Ministério dos Esportes (2010). Elaboração Própria

IV.3 – Perspectivas para o Setor

O setor esportivo no Brasil tem perspectivas de crescer ainda mais e a LIE está ajudando a aumentar o número de projetos esportivos que acontecem nas cidades do país, sendo cada vez maior o número de projetos captados a cada ano.

Com relação aos recursos investidos, percebe-se que as perspectivas também são positivas já que o crescimento via a lei de incentivo ao esporte aumenta a cada ano com taxas acima de 50%.

Como o Brasil sediará a Copa do Mundo de Futebol os investimentos que giram em torno dessa competição são enormes. As cidades que sediarão partidas terão que fazer

um investimento em infra-estrutura, em primeira instância na construção ou reforma dos estádios de futebol, em transportes e em segurança.

Além disso, o Rio de Janeiro será a sede dos Jogos Olímpicos de 2016 tendo que fazer ainda mais investimentos, pois precisa-se construir uma vila olímpica, melhorar instalações para os jogos (como por exemplo São Januário que precisará de mudanças para receber o Rugby) e melhorar o sistema de transportes na cidade, entre outros.

Para a realização desses eventos, as três esferas de governo estão atuando de modo a aproveitar ao máximo as experiências de outros eventos esportivos do mesmo porte em prol dos eventos que serão realizados no Brasil.

Para tal, o Presidente Luiz Inácio Lula da Silva assinou em novembro de 1999 um acordo de cooperação com primeiro-ministro britânico, Gordon Brown, visando o intercâmbio de informações para a preparação de eventos esportivos nos assuntos de legados esportivos, urbanos ambientais e sociais.

Assim como o presidente, o prefeito Eduardo Paes acertou no mesmo ano um termo de cooperação com o prefeito de Londres, Boris Johnson, para que a equipe do Rio 2016 acompanhe os preparativos para 2012.

Além deste termo, assinou também um acordo de cooperação com prefeito de Vancouver, Gregor Robertson tendo por objetivo o intercâmbio de informações, a troca de experiências e a interação entre as equipes técnicas dos Jogos Olímpicos de Inverno 2010 visando a preparação dos Jogos de 2016. Segundo o prefeito essa parceria tem como finalidade entender como se prepara o evento em si, como se planejam as três semanas de competição, observar os benefícios que de fato os Jogos podem trazer para a população, que tipo de intervenção urbana deve ser feita e como é o impacto desses pontos na economia da cidade.

O legado que a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos podem deixar nas cidades brasileiras não só são positivos. A urbanista Raquel Rolnik afirma em relatório direcionado ao Conselho de Direitos Humanos da ONU que nos jogos Olímpicos de Barcelona (2002), 200 famílias foram expulsas de suas casas para as obras de ampliação de estradas. Episódios parecidos aconteceram em Seul (1988), África do Sul (2010), Sydney (2000) e Pequim (2008).

Mas os megaeventos também deixam legados positivos em urbanização, segurança, transportes, nas instalações esportivas permanentes e em moradia. Rolnik aponta que a Vila Olímpica dos Jogos de Moscou, em 1980, virou um condomínio com 18 prédios de apartamentos de 16 andares cada. Segundo ela, as autoridades governamentais e esportivas devem ter uma atitude responsável para encarar o impacto deste tipo de competição.

Dado tudo que foi apresentado acima, tem-se uma perspectiva positiva, tanto pelo investimento privado quanto público, principalmente se for dada a devida atenção para se evitar o legado negativo dos mega eventos esportivos e das distorções causadas pela LIE.

Deve-se, então, no que diz respeito à LIE, estar atento às distorções que já estão sendo causadas para que não se aprofundem, e não deve-se esperar muitos anos como no caso da Lei Rouanet para se fazer uma avaliação e revisão da Lei de Incentivos ao Esporte já que a reforma da lei Rouanet está trazendo uma experiência positiva e que prenuncia bons resultados.

CONCLUSÃO

Com esse trabalho espera-se ter contribuído para a literatura da economia do Esporte no Brasil não só pela análise, mas mais do que isso pelo levantamento dos dados sobre o fomento ao esporte e a Cultura.

Ao se reunir os dados encontraram-se alguns problemas, como a falta de do cálculo anual por parte do órgão responsável do PIB do esporte, a necessidade de se cadastrar e calcular todos os dados da LIE, pois, como no site do ME as informações são fornecidas apenas por projetos, fica complicado o cálculo de projetos captados por ano em cada um dos portes orçamentários, manifestação, região ou estado, em cada ano, já que um projeto pode ter completado sua captação ao longo dos 3 anos ou nos dois primeiros ou no primeiro ou ainda não ter captado tudo.

Já com os dados da economia da cultura a coleta dos dados foi mais fácil, já que o MinC apresenta em seu site um banco de dados que pode ser desagregado de diversas maneiras. No entanto falta, assim como no esporte, o cálculo anual do PIB da Cultura. Ainda deve-se fazer uma ressalva que quanto a Lei do Audiovisual, pois a ANCINE deve melhorar o sistema de disponibilização dos dados, em especial para os anteriores a 2007.

Por tudo apresentado e pelas perspectivas dessas economias no Brasil e no Mundo para os próximos anos, pode-se afirmar que os desafios do país para se ter a economia do esporte desenvolvida em patamares semelhantes aos dos EUA, Canadá e Europa não são fáceis, porém acredita-se estar no caminho certo. Um exemplo disso é que os governantes e as autoridades do esporte, nas diferentes esferas, vêm se mostrando preocupados em desenvolver essa economia buscando cooperação com outros países, inclusive para os mega eventos que o país sediará.

Apesar dos resultados favoráveis da LIE, conclui-se que esta está ajudando a dinamizar e a fomentar a economia do esporte, mesmo que de maneira tímida e concentrada no desporto de rendimento, na região sudeste e nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Entretanto, há grande potencial de difusão para as outras manifestações e regiões do país através de mudanças na lei que podem ser baseadas nas que serão feitas pelo novo projeto de Lei da Rouanet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANCINE. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**. <http://www.ancine.gov.br/oca/>. Acessado em 19 de Janeiro de 2010.

BEDÊ, Marco Aurélio. **Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil**. São Paulo: SEBRAE, 2006. Disponível em: http://www.sebraesp.com.br/sites/default/files/onde_mpes_brasil.pdf. Acessado em 01 Fevereiro de 2010.

BERTINI, Alfredo. **Economia da Cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BNDES. **Esportes: Uma Abordagem Inicial**. Relato Setorial, nº. 4, Área de Operações Industriais 2. Gerência Setorial 2. Maio de 1997. Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/esp-inic.pdf](http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/esp-<u>inic.pdf</u>). Acessado em: 30 de Novembro de 2009.

_____. **Esportes no Brasil: Situação Atual e Propostas para Desenvolvimento**. Relato Setorial, nº. 9, Área de Operações Industriais 2. Gerência Setorial 2. Junho de 1997. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/esprt-br.pdf>. Acessado em: 30 de Novembro de 2009.

BRASIL Decreto nº. 1.494, de 17 de Maio de 1995. Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/decreto-1494.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Decreto nº. 5.761, de 27 de abril de 2006. Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/decreto-5761.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Decreto nº. 6.180, de 03 de Agosto de 2007. Regulamenta a Lei no 11.438, de 29 de dezembro de 2006, que trata dos incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/leiIncentivoEsporte/decretoN618003082007.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 8.313, de 23 de Dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/lei-8313-de-1991-atualizada.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 8.685, de 20 de Julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 9.874, de 23 de Novembro de 1999. Altera dispositivos da Lei no 8.313, de 23 de dezembro de 1991, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/11/lei-9874-de-1999.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 10.454, de 13 de Maio de 2002. Dispõe sobre remissão da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica - CONDECINE, de que trata a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10454.htm. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 11.437, de 28 de Dezembro de 2006. Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional -CONDECINE, criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, visando ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, prorrogando e instituindo mecanismos de fomento à atividade audiovisual; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/ Ato2004-2006/2006/Lei/L11437.htm>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 11.438, de 29 de Dezembro de 2006. Dispõe sobre incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo e dá outras providências. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ Ato2004-2006/2006/Lei/L11438compilado.htm. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 11.472, de 02 de Maio de 2007. Altera e acresce dispositivos à Lei no 11.438, de 29 de dezembro de 2006, que dispõe sobre incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/leiIncentivoEsporte/leiN1147202052007.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 11.505, de 18 de Julho de 2007. Altera dispositivos das Leis nºs 11.345, de 14 de setembro de 2006, 8.212, de 24 de julho de 1991, e 8.685, de 20 de julho de 1993, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leis/2007/lei11505.htm>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Lei nº. 11.646, de 10 de Março de 2008. Altera dispositivos da Lei no 8.313, de 23 de dezembro de 1991, para estender o benefício fiscal às doações e patrocínios destinados à construção de salas de cinema em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/03/lei-11646-de-2008.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Projeto de Lei nº. 6.722, de 29 de Janeiro de 2010. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/integras/730738.pdf>. Acessado em 22 de Fevereiro de 2010.

BRASILIA. Ministério da Cultura. Portaria nº. 30, de 26 de Agosto de 2009. Dispõe sobre a apresentação de propostas culturais com vistas à autorização para captação de recursos mediante o mecanismo de incentivo fiscal da Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991 e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/06/portaria-nc2ba-30-apresentacao-de-propostas-salicweb2.pdf>. Acessado em 20 de Dezembro de 2009.

_____. Ministério do Esporte. Portaria nº. 120, de 03 de Julho de 2009. Dispõe sobre a tramitação, a avaliação e a aprovação do enquadramento dos projetos desportivos ou paradesportivos, bem como a captação, o acompanhamento e monitoramento da execução e da prestação de contas dos projetos devidamente aprovados, de que tratam a Lei nº 11.438, de 29 de dezembro de 2006 e o Decreto nº 6.180, de 3 de agosto de 2007, no âmbito do Ministério do Esporte, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/leiIncentivoEsporte/portariaN12003072009.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

_____. Ministério do Esporte. Portaria nº. 208, de 11 de Novembro de 2009. Altera a Portaria nº 120 de 03 de julho de 2009. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/leiIncentivoEsporte/portariaN2081112009.pdf>. Acessado em 20 de Dezembro de 2009.

DACOSTA, Lamartine, et al (Org.). **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008. Disponível em: <http://www.confef.org.br/arquivos/legados/Livro.Legados.de.Megaeventos.pdf>. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

FERRAZ, João Carlos, et al. Política Industrial. In: KUPFER, David, HASENCLEVER, Lia (Org.). **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002, p.545-567.

FILME B. **Data Base Brasil 2008**. Rio de Janeiro, 2008

FONSECA, Rodrigo e Farah, Tatiana. Por que 'Lula' não emplacou. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 de Janeiro de 2010. O País, p.14.

FUTEBOL FINANCE. Os 10 maiores salários de jogadores da MLS 2009. **Futebol Finance**, Portugal, 11 de Novembro de 2009. Disponível em: <http://www.futebolfinance.com/os-10-maiores-salarios-de-jogadores-da-mls-2009>. Acessado em 14 de Dezembro de 2009.

_____. Receitas de bilheteira no Brasileirão 2009. **Futebol Finance**, Portugal, 14 de Dezembro de 2009. Disponível em: <http://www.futebolfinance.com/receitas-de-bilheteira-no-brasileirao-2009>. Acessado em 14 de Dezembro de 2009.

_____. Os 50 maiores salários de jogadores de futebol 2009/2010. **Futebol Finance**, Portugal, 15 de Fevereiro de 2010. Disponível em: <http://www.futebolfinance.com/os-50-maiores-salarios-de-jogadores-de-futebol-20092010>. Acessado em 15 de Fevereiro de 2010.

GOLDFARB, Pedro da Costa e Silva. **Evolução dos Direitos Comerciais e Dinâmicas da Indústria Esportiva**. 2003. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

GLOBO ESPORTE. Clubes brasileiros elevam receita mesmo faturando menos com transferências. Globo Esporte.com, Rio de Janeiro, 25 de Agosto de 2009. Disponível em: http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/Brasileirao/Serie_A/0,,MUL1278033-9827.00-CLUBES+BRASILEIROS+ELEVAM+RECEITA+MESMO+FATURANDO+MENOS+COM+TRANSFERENCIAS.html. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

GRUMAN, Marcelo. **Nem tanto ao céu, nem tanto a terra: limites e possibilidades da lei de incentivo fiscal à cultura**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2010/02/artigo-de-marcelo-gruman.pdf>. Acessado em 23 de Fevereiro de 2010.

HEARNE, Simon. **Deloitte Football Money League 2010**. Disponível em: http://www.deloitte.com/view/en_GB/uk/industries/sportsbusinessgroup/6a5fb29b3f907210VgnVCM10000ba42f00aRCRD.htm. Acessado em 15 de Fevereiro de 2010.

JEVONS, W. Stanley. **A Teoria da Economia Política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p.70-71, série "Os Economistas".

MAIDMENT, Paul e Gage, Jack. Most Valuable Soccer Teams. **Forbes**, 04 de Agosto de 2009. Disponível em: http://www.forbes.com/2009/04/08/valuable-soccer-teams-business-sportsmoney-soccer-values-09-soccer_land.html. Acessado em 15 de Fevereiro de 2010.

MARSHALL, Alfred (1890). **Princípios de Economia**. São Paulo: Abril Cultural, 1983, série "Os Economistas".

MINISTÉRIO DA CULTURA. **SalicNet**. <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>. Acessado em 19 de Janeiro de 2010.

MINISTÉRIO DO ESPORTE. **Lei de Incentivo ao Esporte**. <http://www.esporte.gov.br/leiIncentivoEsporte/default.jsp>. Acessado em 19 de Janeiro de 2010.

MIRANDA, André. O risco-cinema. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 de Janeiro de 2010. Segundo Caderno, p.1.

NEALE, Walter C. The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and Marketing Competition. **The Quarterly Journal of Economics**, Massachusetts, vol.78, nº1, p.1-14, Fevereiro 1964.

NETO, F.P.M. **Marketing esportivo**. Rio de Janeiro: Record, 1995.

PRADO, Luiz Carlos Delorme. **Desenvolvimento Econômico, Regulação Econômica e Defesa da Concorrência: Reflexões sobre as novas formas de intervenção econômica em uma política de desenvolvimento**. Rio de Janeiro, Outubro 2008.

ROTTEMBERG, Simon. The Baseball Players' Labor Market. **The Journal of Political Economy**, Chicago, vol.64, nº3, p.242-258, Junho 1956.

SÁ EARP, Fabio (Org.). **Pão e Circo: Fronteiras e Perspectivas da Economia do Entretenimento**. Rio de Janeiro: Palavra e Imagem, 2002.

SÁ EARP, Fabio e Sroulevich, Helena. **O Mercado de Cinema no Brasil**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/hpp/intranet/pdfs/o_mercado_de_cinema_no_brasil.pdf. Acessado em 25 de Agosto de 2009.

SANTOS, Angela Maria M. M., et al. **Esportes no Brasil: Situação Atual e Propostas para Desenvolvimento**. BNDES Setorial, nº.6. Setembro de 2007. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/bnset/esporte.pdf>. Acessado em: 30 de Novembro de 2009.

SPORTV. **Dossiê Espote**. Rio de Janeiro: Burti, 2006. Disponível em: http://globosat.globo.com/sportv/hotsite/dossie/dossie_esporte.htm. Acessado em: 30 de Novembro de 2009.

STIGLER, George J. Perfect Competition, Historically Contemplated. In: LEUBE, Kurt R., MOORE, Thomas Gale (Org.). **The Essence of Stigler**. Stanford: Hoover Institution Press, 1986, p. 265-288.

STOTLAR, D. K e DUALIBI, C. **Como desenvolver planos de marketing com sucesso**. São Paulo: Ed. Idéia e Ação, 2005.

TEIXEIRA, Aloisio. Mercado e imperfeições de mercado: o caso da assistência suplementar. **Cadernos de Saúde Suplementar: 20 Ciclo de Oficinas**. Rio de Janeiro, Agência Nacional de Saúde Suplementar, 2002, p. 6-7.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007. Disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/000577.pdf>. Acessado em 23 de Fevereiro de 2010.

UEFA. **The European Club Footballing Landscape**. Suíça, 2008 Disponível em: http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Publications/uefaorg/Publications/01/45/30/45/1453045_DOWNLOAD.pdf. Acessado em 24 de Fevereiro de 2010.

USATODAY. **USA today salary databases**. Disponível em: <http://content.usatoday.com/sports/football/nfl/salaries/default.aspx>. Acessado em 14 de Dezembro de 2010.

WALRAS, Léon. **Compêndio dos Elementos de Economia Política Pura**. São Paulo: Abril Cultura, 1983, p87, série "Os Economistas".

ZIMBALIST, Andrew e SZYMANSKI, Stefan. **National pastime: how Americans play baseball and the rest of the world plays soccer**. Washington: Brookings, 2005.