



Universidade Federal do Pampa

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA – CAMPUS JAGUARÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

JARDEL FRANCO CALDEIRA

**PROJETO DMC FUTEBOL CLUBE: UMA PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO
SOCIAL PARA CIDADE DE JAGUARÃO/RS**

**Jaguarão
2018**

JARDEL FRANCO CALDEIRA

**PROJETO DMC FUTEBOL CLUBE: UMA PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO
SOCIAL PARA A CIDADE DE JAGUARÃO/RS**

Trabalho de Projeto Aplicado apresentado ao Curso
Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da
Universidade Federal do Pampa - Campus Jaguarão

Orientadora: Prof.^a Dra. Patrícia Schneider
Severo

**Jaguarão
2018**

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família de sangue, João Damaceno Caldeira, Vera Regina Franco Caldeira e Baltazar Franco Caldeira, graças aos ensinamentos de vocês me tornei a pessoa que sou hoje, serei eternamente grato por fazerem parte da minha formação enquanto pessoa e por estarem sempre comigo, sem a presença e apoio de vocês esse momento jamais se tornaria possível, vocês são minha base, os valores de vida que carrego comigo são herança de vocês também deixo registrado a importância de meus tios, tias, primos e primas nesse processo graças a contribuição de cada um no momento certo cheguei aqui.

Agradeço a minha segunda família, essa formada ao decorrer dos anos por pessoas que não possuo relações sanguíneas mas que com os momentos de convívio durante meus 20 anos de vida posso afirmar que são pessoas que considero como irmãos, pois com eles dividi os momentos mais felizes do meu caminho aqui na terra e também graças a eles superei os mais difíceis, são eles Otávio Silveira BURGUEÑO, Pedro Enrique Pereira Pinheiro, Douglas Pereira Silveira, Rodrigo Marques Silveira e Manuela Faria de Santos Vencato, vocês foram fundamentais para esse sucesso pessoal.

Agradeço a todos que em 3 anos de existência do DMC Futebol Clube tive a honra de dividir momentos de aprendizado dentro do futebol, sem a participação e contribuição de vocês esse projeto não seria possível, e conseqüentemente agradeço ao futebol por me proporcionar experiências que na minha concepção vão muito além de um simples esporte.

Agradeço aos meus colegas que estiveram comigo durante essa caminhada acadêmica, em especial a Rafaela Reis, Josiane Caldas, Briam Garcia, Flavio Almeida, Junior Leite e todos os outros que participaram de forma significativa até aqui, igualmente agradeço aos professores que puderam contribuir com ensinamentos que vão muito além de sala de aula, Patrícia Schneider Severo, Alessandra Buriol Farinha, Renan de Lima da Silva, Vanessa Eliza Fischer e todos os demais, somente através das orientações de vocês pude chegar nesse momento.

Agradeço a todos os demais pessoas que fazem parte da minha vida diretamente, seriam muitas para colocar o nome de todas, mas vocês igualmente acima foram essenciais para esse momento, a amizade de vocês é o que motiva todos os dias a evoluir.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a pessoa mais incrível que conheço, meu irmão de sangue Alef Franco Caldeira, tive a sorte de poder dividir além de toda minha vida também a caminhada acadêmica com ele, é alguém que serei eternamente grato por todos momentos de ensinamentos, é impossível colocar em um texto a importância desse cara pra mim, pessoa que me motiva todos os dias a evoluir como pessoa, e a sempre buscar o melhor caminho. Ele é também fundador da ideologia desse projeto, pois foi junto a ele em momentos de reflexão que essa proposta surgiu, nada disso seria possível sem a presença dele. A teoria do “*eterno retorno*” proposta por Nietzsche não me provoca medo, pelo fato dele estar aqui, muito obrigado por tudo.

[...] Não se entrega a Satanás
Não se entrega ao sistema
Na fé, firme e forte, perseverante
Sigo em frente
Passando ideia positiva pra minha gente
Pra juventude, principalmente
Carente de informação, é ligado à educação
Aqueles pais não se conformam
Pelo filho não ter sido matriculado na escola
De manhã, de tarde, nas ruas, descalços,
De bermuda jogando bola
Quem sabe, futuramente, um jogador profissional
Ou completar os seus 18 com a cara no jornal
Na página policial, mais um marginal daqueles
Bem mau
Que no farol te trata, com a arma te ameaça
Sequestra, te mata, não deixa pista
Tá perdido, procurado vivo ou morto
Pela polícia
Hé, isso que eu tento evitar[...]

Racionais MC's

RESUMO

O futebol, especialmente na cidade de Jaguarão/RS, não vem recebendo incentivos necessários para o seu desenvolvimento, disso surge a iniciativa de propor uma equipe profissional, a fim de fomentar na cidade o desenvolvimento desses dois fenômenos, o futebol em conjunto com o turismo, tendo em vista que se entende que ambos podem ser trabalhados juntos. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é desenvolver o empreendedorismo social para o futebol campo e futsal profissional, na cidade de Jaguarão/RS. Tem-se como objetivos específicos realizar um levantamento histórico a respeito da prática do futebol no Brasil e a constituição dos clubes, analisar a melhoria do turismo em Jaguarão com o desenvolvimento do empreendedorismo social na cidade e construir uma proposta de projeto de clube-empresa de futebol de campo e futsal na cidade de Jaguarão. No que se refere a metodologia, trata-se de pesquisa com abordagem qualitativa, natureza aplicada, objetivos descritivos e procedimentos de levantamento de dados e bibliográfica. O referencial teórico se constitui a partir da contextualização do futebol no Brasil e gestão dos clubes no país. Logo em seguida é feita a relação do empreendedorismo social com o turismo, pelo viés do turista cidadão. Espera-se como resultados da pesquisa constituir uma proposta de projeto de clube empresa para Jaguarão.

Palavras-chave: Futebol. Empreendedorismo social. Gestão de clube de Futebol. Turismo. DMC.

RESÚMEN

El fútbol, especialmente en la ciudad de Jaguarão / RS, no viene recibiendo incentivos necesarios para su desarrollo, de ahí surge la iniciativa de proponer un equipo profesional, a fin de fomentar en la ciudad el desarrollo de esos dos fenómenos, el fútbol en conjunto con el turismo, teniendo en cuenta que se entiende que ambos pueden ser trabajados juntos. Por eso, el objetivo general de este trabajo es desarrollar el emprendedorismo social a través del fútbol campo, con el propósito profesional, en la ciudad de Jaguarão. Se tiene como objetivos específicos realizar un relevamiento histórico acerca de la práctica del fútbol en Brasil y la constitución de los clubes, analizar la mejora del turismo en Jaguarão con el desarrollo del emprendimiento social en la ciudad y construir una propuesta de proyecto de club-empresa de fútbol de campo en la ciudad de Jaguarão. En lo que se refiere a la metodología, se trata de investigación con abordaje cualitativo, naturaleza aplicada, objetivos descriptivos y procedimientos de levantamiento de datos y bibliográfica. El referencial teórico se constituye a partir de la contextualización del fútbol en Brasil y gestión de los clubes en el país. A continuación se hace la relación del emprendedorismo social con el turismo, por el sesgo del turista ciudadano. Se espera que los resultados de la investigación constituir una propuesta de proyecto de club de empresa para Jaguarão.

Palabras clave: Fútbol. Empreendedorismo social. Gestión del club del Fútbol. Turismo. DMC.

Lista de Figuras

Figura 01	- Símbolo da equipe DMC	33
Figura 02	- Frente do estádio e lado exterior	37
Figura 03	- Interior do estádio	37
Figura 04	- Arquibancadas.....	38
Figura 05	- Visão do campo de jogo	38
Figura 06	- Vestiários	38
Figura 07	- Túnel de acesso ao gramado	38

Lista de Siglas

CBF	Confederação Brasileira de Futebol
CBFS	Confederação Brasileira de Futebol de Salão
CONMEBOL	Confederação Sul-americana de Futebol
FGF	Federação Gaúcha de Futebol
FIFA	Federação Internacional de Futebol Association
UEFA	União Europeia de Futebol

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Objetivo geral	15
1.2 Objetivos específicos.....	15
1.3 Justificativa.....	15
1.4 Metodologia.....	17
2. REFERENCIAL TEORICO	19
2.1 Contextualização histórica do Futebol e a gestão dos clubes de futebol.....	19
2.2 Empreendedorismo Social e Turismo.....	28
3. APRESENTAÇÃO DO PROJETO DMC FUTEBOL CLUBE	32
3.1 O que?.....	32
3.2 Porque?	33
3.3 Quem?.....	34
3.4 Quanto?.....	35
3.5 Como?.....	35
3.6 Quando?.....	37
3.7 Onde?.....	37
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	41

1. INTRODUÇÃO

A cidade de Jaguarão possui uma história em que o esporte, mais especificamente o futebol, no passado contou com diversas equipes de qualidade e que marcaram época no futebol de campo, chegando a prêmios em nível estadual, em 2018 conta com uma forte cultura do futsal, e carece de uma equipe que represente a cidade por todo o Brasil, trazendo reconhecimento à cidade e ajudando a fomentar a atividade turística.

Esse projeto procura refletir sobre o significado do futebol enquanto cultura esportiva e atividade econômica de grande porte, e propor em cima das necessidades do atual cenário do futebol brasileiro um clube de futebol que tente desenvolver da melhor maneira a cultura e a arte do jogo, se preocupando com a paixão que envolve as relações de todas as partes envolvidas com o andamento de um clube seja trabalhando nele ou somente torcendo por ele.

A necessidade de vencer como empresa, construindo seu próprio capital e sendo capaz de manter suas atividades administrativas com êxito, satisfazendo as carências da comunidade, deve ser levada em conta, pois só assim o clube conseguira manter suas necessidades orçamentarias dentro do padrão esperado.

Neste sentido, o trabalho busca mostrar as transformações ocorridas, principalmente no que se refere à transformação do jogo em um negócio.

O DMC Futebol Clube se apresenta como uma proposta de um clube de futebol sediado na cidade de Jaguarão. O clube tem a intenção de proporcionar um maior aproveitamento das potencialidades esportivas da cidade, trabalhando o jogo de futebol como elemento principal nessa construção, o clube surge de uma carência da cidade no que diz respeito a entidades que se foquem em atividades profissionais e não só amadoras no esporte.

O projeto procura fomentar o futebol, de forma a usar essa importante ferramenta de inclusão em um processo de adaptação do clube na cidade. Sendo que o desenvolvimento do trabalho tem dois enfoques, primeiro propor o jogo e o incentivo à cultura do futebol, enquanto arte e atividade de lazer que é o jogo em si, ou seja o ato de jogar por jogar, e o segundo é organizar os agentes que serão responsáveis por todo o processo, isso é buscar uma forma de gestão com que o clube, para que consiga assim aliar o lado econômico e a necessidade de conquistar incentivos para se desenvolver, ao lado cultural do esporte, este projeto pretende fazer isso dentro da comunidade jaguareense criando um elo com a cidade, fazendo com que se sinta representada pelo clube e deseje seu progresso.

O modelo de negócio escolhido dentro dessa pesquisa para gestão do clube em seus aspectos administrativos foi o clube-empresa, pelo contexto da cidade e pelas possibilidades que são hoje evidenciadas na local, porém não se tem a pretensão de colocar esse modelo como único e inquestionável, até pelo fato do futebol ser para a nação brasileira, mais do que um jogo e ser de fato propriedade da cultura e de quem a quiser praticar, portanto defender um modelo de administração do jogo mesmo que com tendências a buscar construir capital não significa tentar tornar o clube exclusivo de um único público, e sim executar uma maneira que busque atender e suprir os interesses de todos que se identificam com clube de forma profissional sem interferir no lado simbólico do jogo.

Esta pesquisa não pretende explicar a fundo aspectos sociológicos que envolvam o futebol e a sociedade em que é inserido, mas é necessário que se entenda a importância do mesmo para a história e a cultura brasileira para que se perceba a necessidade de também analisar o lado fora das quatro linhas afim de buscar uma maneira de construir relações produtivas entre o lado de quem ama o futebol e seu lado administrativo, evitando que um acabe atrapalhando o outro.

Esse dilema é o mesmo enfrentado por diversas outras atividades em vários momentos da história brasileira e já foi discutido por diversos autores: modernização versus tradição. Nas palavras de Helal (1997, p. 54):

Por um lado, a modernização – ‘comercialização do espetáculo’, ‘conscientização’ dos jogadores, ‘racionalização’ do esporte – seria responsável pela destruição de elementos tradicionais do universo do futebol, que falam de ‘paixão’, ‘amor à camisa’ e ‘futebol-arte’; por outro lado, o tradicionalismo seria responsável pela falta de profissionalismo na administração do futebol, desorganizando as competições e enfraquecendo financeiramente os clubes.

Portanto é necessário encontrar formas de alinhar esses dois pontos de vista do jogo, tratando a modernização e evolução do jogo como irreversíveis e buscando satisfazer os desejos dos apaixonados pelo jogo, trabalhando de forma profissional e transparente se faz possível apontar meios de potencializar ainda mais a atividade.

Faz-se necessário realizar uma análise da história do futebol e de sua evolução ao longo dos anos para entender como e porque esse jogo se tornou tão popular no Brasil, sendo considerado aqui o lugar onde se melhor sabe jogar futebol no mundo segundo o referencial teórico que será explorado neste trabalho, levando em conta também o estudo das gestões extra

campo que no Brasil sempre foram alvo de muitas críticas e ainda mais por conta da corrupção de seus gestores, gerando clubes endividados e com seus estádios vazios por conta da relação conturbada entre torcedores e gestores do clube.

Com um clube de futebol a cidade ao todo ganharia com visibilidade receberia um espaço diferenciado de práticas esportivas e de lazer ocasionando em melhoria significativa na qualidade de vida da comunidade, oportunizando novas vagas de emprego e abrindo espaço para que os jovens da região busquem seu espaço dentro do esporte.

Com este trabalho tem-se o interesse de indicar uma alternativa para ajudar no desenvolvimento do município de Jaguarão/RS, através do esporte, o qual poderá gerar renda e melhorias na qualidade de vida dos moradores, elevar a autoestima desta comunidade, além de contribuir no desenvolvimento socioeconômico do município.

1.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é desenvolver o empreendedorismo social para o futebol campo e futsal profissional, na cidade de Jaguarão/RS.

1.2 Objetivos específicos

O presente trabalho tem como objetivos específicos:

- Realizar um levantamento histórico a respeito da prática do futebol no Brasil e a constituição dos clubes;
- Analisar a melhoria do turismo em Jaguarão com o desenvolvimento do empreendedorismo social na cidade;
- Construir uma proposta de projeto de clube-empresa de futebol de campo e futsal na cidade de Jaguarão.

1.3 Justificativa

A proposta de construir um projeto de clube-empresa na cidade de Jaguarão nasce de uma vontade pessoal em trabalhar com atividade esportiva, nesse caso o futebol. Também se faz presente uma motivação familiar, pois a ideia do clube surgiu de diálogos com meus dois irmãos.

Entendendo que minha vontade em empreender sobre futebol, se faz presente pelo lado cultural, sua essência enquanto arte e toda sua mistificação que existe em torno do jogo, por isso a motivação desta proposta abranger esse fenômeno social que é o futebol. Sendo assim existe uma preocupação pessoal, no que diz respeito ao rumo que o esporte está tomando no Brasil e principalmente em Jaguarão. Acredito que o futebol tem a característica de aglomerar pessoas em um determinado lugar, e nesse ponto os jogos podem fomentar a atividade turística no município.

Em Jaguarão, principalmente o futebol de campo, não vem recebendo incentivos necessários para seu desenvolvimento, disso surge a proposta de se propor uma equipe profissional. A fim de movimentar e fomentar a cidade para esses dois fenômenos, o futebol em conjunto com o turismo, ou seja, podem ser trabalhados juntos para que haja uma melhoria e incentivo em ambas atividades.

Trabalhar com um clube empresa na cidade de Jaguarão implica debater sobre melhorias no que diz respeito a infraestrutura de apoio as atividades esportivas existentes no município e possíveis melhorias, além de identificar aspectos relacionados ao suporte que o poder público pode ofertar para essas atividades.

Com a criação de um clube empresa e sendo desenvolvida profissionalmente no município, a cidade poderá se beneficiar no que diz respeito ao turismo em aspectos como o lazer da comunidade, eventos esportivos, turismo esportivo entre outros, podendo agregar novas vagas de emprego para a comunidade e gerar renda para o município.

Com um clube de futebol, a cidade tem a possibilidade de ganhar visibilidade regional e também estadual, pois receberia um espaço diferenciado de práticas esportivas, oportunizando novas vagas de emprego e abrindo espaço para que os jovens da comunidade busquem seu espaço dentro do esporte.

O trabalho vem com intuito de sanar uma lacuna social na comunidade jaguareense, na qual não se encontram na cidade projetos voltados para prática do futebol, principalmente de campo. Um aspecto importante na construção do clube empresa é a inclusão social que o futebol pode proporcionar, trabalhando o incentivo ao esporte nas comunidades mais carentes da cidade.

1.4 Metodologia

Os caminhos metodológicos que conduziram este trabalho foram primeiramente em relação aos objetivos uma pesquisa descritiva, no qual segundo Dencker (2007) se dá pela descrição de um fenômeno, neste caso o futebol como viés para o desenvolvimento do empreendedorismo social na cidade de Jaguarão. Ainda segundo o autor as técnicas utilizadas nesse caso são principalmente o levantamento de dados e a pesquisa bibliográfica.

O que foi feito como levantamento de dados foi o relato e a descrição da formação e constituição do futebol no Brasil assim como os clubes de futebol e suas gestões nos primórdios. O outro procedimento técnico, foi realizado de acordo com a pesquisa bibliográfica. Essa pesquisa se dá pela pesquisa em bibliografias de textos que dizem respeito ao objeto da pesquisa (DENCKER, 2007). Dessa forma, foram revisados alguns textos e artigos referentes ao empreendedorismo social e a sua relação com o turismo, ou seja, de que forma o desenvolvimento de um clube de futebol na cidade de Jaguarão pode fomentar a atividade turística.

A respeito do que é o futebol em sua essência como esporte e sua trajetória cultural até os dias atuais, e busca junto a esses fatos refletir sobre os modelos de gestão que são normalmente implantados nos clubes, a fim de encontrar um caminho sólido para implantar um clube em Jaguarão.

A análise dos dados se dá de forma qualitativa isso é, dando ao pesquisador a possibilidade de analisar as informações coletadas e redigir interpretações mais aprofundadas, podendo trabalhar em características mais complexas, como o comportamento, as expressões e os sentimentos (DENCKER, 2007).

Na produção do texto foi também usado o conhecimento pessoal do autor, um apaixonado por futebol, que também já esteve inserido em diversos ambientes de clubes durante sua vida, como jogador e gestor mesmo que de forma amadora.

Para a construção da proposta de projeto de um clube empresa, conforme os objetivos do trabalho, foram baseados na lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, mais conhecida como a Lei Pelé, que versa sobre a regulamentação dos clubes, ou seja, tornando o futebol um negócio e fomentando o desenvolvimento social dos locais onde ele se insere (AIDAR, LEONCINI e OLIVEIRA, 2002). Trata-se, portanto, de pesquisa com objetivos descritivos.

Segundo a compreensão da legislação que regulamenta e descreve o clube empresa, entende-se que seus benefícios para a sociedade e o turismo, se apresentam como importante ferramenta de contribuição social para o município.

Na construção da proposta do clube, foi utilizado o método 5W2H, com a finalidade de estabelecer quais são os principais objetivos a serem cumpridos, para que haja sucesso na aplicabilidade da proposta.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1 Contextualização histórica do Futebol e a gestão dos clubes de futebol

Este capítulo pretende ressaltar a importância do conhecimento a respeito do futebol e também do turismo. O aporte teórico relata o futebol suas relações com as comunidades, ou seja, analisar o jogo em uma visão mais ampla do que é de fato o jogo de futebol. Esse esporte que está enraizado nas sociedades por todo o planeta e que tem uma ligação histórica com o povo brasileiro, passando por diversas fases, e mantendo sua importância.

Segundo Amaral (2007), a história de como começou o futebol, apesar da discussão persistir até os dias de hoje, teve sua origem na Inglaterra no século XVII. Surgiu como um esporte de elite, contudo rapidamente foi adotado popularmente, fato que possibilitou sua disseminação em todos os países que é disputado hoje em todos os cantos do planeta.

O autor também afirma que o modo simples de praticar o jogo, seguido de suas regras simples que se mantem praticamente iguais desde sua criação séculos atrás, fez que com que o futebol fosse se difundindo por todos os cantos do mundo, essas características simples tornam possível jogar o futebol sem grandes investimentos, o que possibilitou que qualquer um em qualquer lugar pudesse praticar o esporte.

Em termos de registros oficiais sobre a criação de movimentos para reger o futebol, em 1886 foi criada na Inglaterra, a Internacional Board que ficou responsável pelas regras do futebol no mundo, cenário que continua, pois, a instituição ainda é considerada como mais importante no mundo no que diz respeito a regras. Os integrantes dessa instituição não costumam alterar com frequência as regras mantendo uma postura conservadora em relação ao jogo, e quando elas ocorrem não provocam nenhuma mudança drástica (MOLINARI apud, AMARAL, 1998).

A organização do futebol mundial é de responsabilidade da Federação Internacional de Futebol (FIFA), órgão criado em 1904 e sediado na cidade suíça de Zurique. A FIFA é a organizadora dos principais eventos esportivos do mundo, mas ela não faz tudo sozinha, pois cada continente tem a sua federação. A respeito dessas federações continentais as mais importantes são a União Europeia de Futebol (UEFA) e a Confederação Sul-americana de Futebol (CONMEBOL) (OLIVEIRA, 1994).

É pertinente ressaltar alguns dados do futebol no Brasil. Como aponta Amaral (2007, p. 55) “o responsável pela chegada do futebol ao Brasil foi o paulista, descendente de ingleses,

Charles Muller, que depois de concluir seus estudos na Inglaterra, retornou ao Brasil trazendo a primeira bola para o país”.

Como visto nos textos estudados por esse trabalho, trazido ao país por imigrantes ingleses, o futebol foi absorvido por setores da nova elite urbana, que não visavam positivamente a participação das classes populares, principalmente negros e mestiços. Porém o futebol não só quebrou esses paradigmas e passou a ser disputado por todos os públicos como também passou a ser uma referência no que diz respeito a inclusão social, devido a sua profissionalização que ocorreu no ano de 1933.

Da primeira partida de futebol, disputada no longínquo ano de 1895, entre as equipes dos funcionários da Companhia de Gás e da Companhia Ferroviária São Paulo Railway, a vencedora, alguns aspectos se modificaram, o futebol evoluiu e criou um novo panorama para a sociedade brasileira (LANCELLOTTI apud AMARAL, 1998).

Mais do que uma paixão, o futebol foi um elemento primordial na história do país, em sua transição de uma sociedade rural para uma moderna sociedade urbana e industrial, o futebol no Brasil foi um poderoso mecanismo de integração social, de solidificação de uma identidade nacional (HELAL; GORDON, 2002).

O futebol é um esporte que quebrou as barreiras políticas, sociais, religiosas e econômicas, pois tornou-se um esporte praticado em todos os cantos do planeta sem nenhum tipo de preconceito, uma vez que, atualmente, até mesmo o futebol feminino se transformou uma febre nos quatro cantos do mundo. Um exemplo dessa transposição de barreiras pode ser observado na América do Sul, cujos países pertencem ao chamado Terceiro Mundo, quando nos referimos a questão econômica. Contudo, no futebol esses países apresentam o melhor futebol do planeta, principalmente, nos casos do Brasil, o mais popular celeiro de jogadores do mundo e da Argentina, outro importante centro formador de atletas (MOLINARI apud, AMARAL, 1998, p. 54).

Na colocação o autor nos mostra que o futebol já em sua introdução no Brasil, transcendeu ao jogo, passando a ser um fenômeno impulsionador de uma nação, houve uma conexão além do campo de jogo.

Dentro do contexto histórico brasileiro analisado, o futebol é uma atividade cultural marcante do país, foi somente através dele que uma grande parte da população conseguiu reconhecimento, se fora do jogo viviam a margem, dentro do campo de jogo mostraram sua importância e seu valor enquanto seres humanos, de acordo com o referencial exibido até aqui em um jogo onde não há como obter vantagem ganha àquele que melhor sabe dominar a arte do jogo e seus ciclos.

Como apontam Helal e Gordon (2002) foi o século XX, no Brasil, o século do futebol, desde sua introdução no país, o antigo “esporte bretão” passou por um verdadeiro processo de incorporação cultural até se constituir no que os brasileiros chamam de “a paixão nacional”.

Entendendo o contexto em que seguidamente o Brasil consegue resultados positivos em Copa do Mundo, com três títulos em um espaço curto de tempo (atualmente são cinco), passa então a ser considerado de forma simbólica o lugar onde melhor se sabe fazer futebol, e começa a ser apelidado de “país do futebol”, por conta da supremacia do país em copas do mundo, ocasionando esse reconhecimento por todo planeta e fazendo com que o futebol seja um impulsionador do povo brasileiro, motivando pessoas, e proporcionando momentos de euforia aos seus amantes.

Embora essa paixão não seja exclusiva do brasileiro, tendo em vista que o futebol é o esporte número um em todo o mundo, a intensidade do amor do povo ao esporte, o ardor colocado nas conquistas e a forma como é jogado, tornam o Brasil conhecido mundialmente como o país do futebol (ANDREOZZI, 2007, p.7).

Segundo os relatos históricos abordado até agora no trabalho, o futebol desde sua chegada é um elemento presente na cultura brasileira, cenário que se mantém até os dias atuais, demonstrando a importância de ser trabalhado, como por exemplo, através do empreendedorismo social, com cuidado e buscando atender os envolvidos, principalmente a comunidade.

Para a formação de um projeto de um clube empresa de futebol é então necessário que haja essa preocupação com o seu desenvolvimento econômico e social assim os jogos podem auxiliar de forma proveitosa a relação entre as partes que irão participar do processo de criação, de forma que empreender nesse cenário não pode ser apenas investir dinheiro, mas buscar de forma profissional como é no caso do clube empresa ,caminhos para o desenvolvimento econômico e social de Jaguarão.

Como aponta Veríssimo (2010, p. 25), “o futebol é aquele sentimento que acompanha o torcedor durante toda a vida, vai muito além de manter-se um carinho por cores, ele envolve a paixão, orgulho, respeito, admiração, sentimentos e emoções que vão muito além da razão”.

Só o futebol permite que você sinta aos 60 anos exatamente o que sentia aos 6. Todas as outras paixões infantis ou ficam sérias ou desaparecem, mas não há uma maneira adulta de ser apaixonado por futebol. Adulto seria largar a paixão e deixar para trás essas criancices: a devoção a um clube e às suas cores como se fosse a nossa outra nação, o desconsolo ou a fúria assassina quando o time perde, a exultação guerreira com a vitória. Você pode racionalizar a paixão, e fazer teses sobre a bola, e observações sociológicas sobre a massa ou poesia sobre o passe, mas é sempre fingimento. É só camuflagem. Dentro do mais teórico e distante analista e do mais engravatado cartola aproveitador existe um guri pulando na arquibancada (VERÍSSIMO, 2010, p. 25).

Segundo o autor, o futebol é o esporte das multidões capaz de construir elos que o tempo nunca irá apagar, existe no futebol um sentimento de lealdade por aquele clube que se escolhe para torcer, isso faz com que a mística seja mantida e que a paixão atravesse gerações (VERÍSSIMO, 2010).

A arte do jogo não seria reconhecida se não houvesse público, da mesma forma que se o jogo não tivesse todo o encantamento também não existiria o público (DAMO, 2008). Segundo o autor o que move o fenômeno futebol é essa troca que existe entre clube e torcida, situação que vai além do caráter esportivo, pois envolve sentimentos que se parecem com laços familiares, tornando o futebol um universo totalmente a parte da realidade, pois as relações e as reações de ambas as partes são provenientes do resultado dentro de campo.

O cenário atual do futebol em 2018 é questionável pois o dinheiro tem cada vez mais importância na mediação do contrato entre clubes e jogadores, enquanto os afetos continuam sendo a base do contato entre clubes e torcedores, o que torna algumas situações desagradáveis, enquanto jogadores só veem a vestir a camisa de determinado clube pela quantia oferecida o torcedor segue sendo leal ao seu clube mesmo nas piores condições, isso é uma situação que deve ser cuidada para que o torcedor não vá com o tempo perdendo o entusiasmo em apoiar o time.

Outro, mas não menos importante motivo para a massificação do futebol entre as camadas populares da sociedade brasileira é que esse esporte, após a sua democratização, sempre se apresentou como uma oportunidade de ascensão social, uma vez que pode ser praticado por qualquer pessoa. Não são poucos os exemplos exibidos nos programas de televisão que trazem à tona histórias de crianças pobres, provenientes de favelas e de camadas miseráveis da população, que acabam despontando para a atividade futebolística, “vencendo” a pobreza, tornando realidade o sonho da mobilidade social (COSTA, 2012).

Por isso uma proposta de implantar um clube empresa deve ser voltada para todos os públicos, sendo o clube de todos e não apenas de seus donos, a proposta tem de ser voltada para gerar oportunidade para todas as pessoas que tiverem interesse, e também se torna papel fundamental do clube empresa se engajar na comunidade em que irá se estabelecer.

O futebol cresceu e acabou se transformando na maior paixão do brasileiro, motivo de orgulho e identificação do povo e nesse ponto é importante ressaltar como fala Damo (2008, p. 143) “que sem público não haveria espetáculo, tampouco reconhecimento e remuneração para o dom futebolístico. Sem o suporte do clubismo, o futebol não teria forjado um público fiel, e jamais teria alcançado tamanha popularidade”.

Analisando a fala citada, pode se observar que o futebol se transformou nesse fenômeno que é hoje em dia pelo fato de um clube não pertencer apenas a seus jogadores ou sua gerencia, um clube só consegue atingir êxito se tiver torcedores e apoio externo e para isso é necessário criar esse sentimento de pertencimento entre quem não participa diretamente do jogo.

Nesse cenário é importante ressaltar a importância do clube empresa, pois é ele que dará a segurança aos torcedores de que o planejamento do clube está de acordo com a vontade da maioria da comunidade e não apenas sendo motivado por interesses econômicos.

Nos tempos do amadorismo, em que ocorreu a difusão do esporte, os clubes foram importantes centros de formação da romanização. Desde então ocorreram diversas transformações em relação à prática e aos valores do esporte, e a importância dos clubes só aumentou (DAMO, 2008).

Perante a passagem do autor, um clube de futebol não tem somente a responsabilidade de organizar uma equipe para determinado campeonato, ele é responsável por transmitir a motivação ao torcedor, sendo assim foi necessário em determinado período evoluir enquanto gestão, mas buscando manter relações não só de afeto, como também enaltecer o seu torcedor, pois ele é o verdadeiro potencializador da atividade.

A evolução da gestão significa que, de atividade que era apenas de lazer, amadora e secundária, no final do século XIX, passou a partir do começo do século XX, a ser atividade principal, remunerada e especializada. Assim, o profissional é aquele que se dedica integralmente à sua função, é remunerado por esse trabalho e está em constante evolução no que diz respeito à adoção das técnicas mais modernas existentes, bem como buscando a inovação dessas técnicas (SANTOS, 2002).

Como foi possível observar ao decorrer da discussão histórica sobre futebol, o fenômeno é inusitado e varia muito de lugar em lugar, porém a proposta do trabalho é de que haja um movimento em direção ao profissionalismo e o engajamento social que se pode encontrar nessa atividade.

Como ponto de encontro da história do futebol ao modelo que pretende ser aplicado por esse trabalho de clube empresa, o projeto busca trazer à tona aspectos básicos da atividade. Buscando encontrar um equilíbrio entre o lado cultural e suas relações sociais com o lado econômico e sua capacidade de gerar lucro, por isso a discussão sobre futebol buscou percorrer o caminho desde de sua introdução ao Brasil até os dias atuais. A fim de encontrar o cenário ideal para se propor um clube empresa na cidade que consiga atingir os amantes do jogo de uma

forma que consiga paralelamente fomentar a atividade esportiva junto a comunidade e possa servir como uma espécie de impulsionador da atividade turística.

Na chegada do jogo ao Brasil sua prática era apenas amadora, quem quisesse praticar o futebol teria de dividir sua vida entre emprego formal e jogar futebol, sendo assim apenas uma atividade de lazer sem troca de recompensas, porém logo houve a eminente necessidade de evolução na sua organização devido à alta adesão do povo brasileiro dominando a arte do jogo de uma maneira jamais vista, foi necessário profissionalizar o futebol.

Muito devido a necessidade de evolução, foi que ocorreu o processo de profissionalização no ano de 1933, buscando maneiras de institucionalizar a prática e garantir direitos a quem se envolvesse com o futebol.

A importância do estudo da administração dos clubes de futebol se dá uma vez que, o futebol é parte integrante da cultura brasileira, além de ser o esporte número um, não só no Brasil, mas em todo o mundo. Essas organizações são reconhecidas historicamente no Brasil por sua má administração e pela falta de credibilidade das pessoas que são responsáveis por sua gestão (ANDREOZZI, 2007).

Além dessa atribuição, os clubes precisam integrar os membros da comunidade afetiva que gravitam no seu entorno e preservar a memória da instituição, criar símbolos de identificação, relembrar conquistas importantes, entidades de natureza simbólica que condensam a representação de uma dada comunidade de sentimento, cujo sentido é em grande parte constituído pela existência de outras comunidades do mesmo gênero.

No caso específico do futebol, um clube é uma instituição político-administrativa responsável pela organização de uma equipe que compete com outras e, portanto, compete com outros clubes.

Como aponta Andreozzi (2007) frente às diversas mudanças sociais e econômicas ocorridas no último século, principalmente com o ingresso de altos investimentos nesse esporte no início da década de 1980, o futebol passou a assumir características de atividade econômica, movimentando vultosos recursos financeiros e atingindo grande quantidade de pessoas, através da exploração de suas diversas propriedades e, sobretudo, da venda de atletas e publicidade.

Mesmo com esses avanços no que diz respeito as receitas que os clubes passaram a receber, suas gestões não acompanharam esses avanços, o que ocasionou em uma contradição já que enquanto o jogo crescia e começava a trabalhar com números cada vez maiores os clubes mantinham suas gestões amadoras e de certa forma passaram a prejudicar os objetivos dos clubes.

Há, porém, a necessidade de analisar o clube como ele se apresenta no século XXI. Em seu estudo, Brunoro e Afif (1998) reafirmam a incontestabilidade do futebol dentro do campo, e contestam esse mesmo futebol fora do campo, levantando como principais problemas do futebol brasileiro a forma como é gerido e organizado.

A crise por que passa o futebol brasileiro que não é de hoje, que é tão noticiada pelos meios de comunicação, mostraram o lado podre do futebol, o que atinge a sua confiabilidade. Mostraram as fraquezas que as instituições têm em organizar e gerenciar o esporte de maneira transparente e competente. Mostraram ainda a inadequação da legislação e das instâncias jurídicas desportivas para normatizar o futebol (SANTOS, 2002).

Uma das consequências no âmbito econômico e gerencial é o atraso da definitiva transformação do futebol em um negócio. Dito isso, assumimos o ponto de vista que essa transformação é benéfica para o futebol brasileiro. Não por opção ideológica, mas simplesmente por admitirmos a realidade: há pelo menos quatro décadas, com mais ou menos intensidade, o futebol já está sendo tratado como um negócio (SANTOS, 2002).

No entanto, a gestão desse negócio ainda está aquém do que se esperaria de uma indústria tão importante. A diferença é notável, se compararmos com outros países, principalmente os da Europa, Estados Unidos e Japão, com outros ramos da indústria do entretenimento e maior ainda se comparada com outros setores, como o financeiro.

Não obstante, o sucesso e respeito que o futebol brasileiro desperta em todos os continentes, principalmente por motivações econômicas e pela falta de organização, o futebol não produz a mesma receita dos campeonatos disputados na Europa, ou nos eventos organizados pela FIFA. Com isso os atletas brasileiros acabam se transferindo para todos os cantos do mundo (AMARAL, 2007).

Como se não bastasse, o futebol é ainda uma grande indústria. Envolve um montante de dinheiro significativo dentro da indústria do entretenimento. Segundo estimativas da Federação Internacional de Futebol Association (FIFA), é uma economia que movimenta US\$ 260 bilhões de dólares e com um potencial de crescimento ainda muito grande em todo o mundo. Se essas dimensões são grandes para o mundo, em termos relativos, a possibilidade de expansão é muito maior para o Brasil (SANTOS, 2002).

Além disso, apesar do volume de recursos que movimenta, sua gestão ainda é predominantemente amadora, feita por dirigentes não remunerados, que utilizam métodos administrativos ultrapassados.

Findo o regime autoritário em 1985, com a saída do último militar no poder, João Batista Figueiredo, pode-se dizer que o Brasil iniciou, em termos futebolísticos, seu atual estágio, pós-moderno, caracterizado principalmente pela crescente atividade negocial das entidades desportivas, avanço sistemático e significativo de operações financeiras, transações milionárias internacionais, ampliação dos recursos captados com a mídia, publicidade e licenciamento de marcas, patrocínios; enfim, o futebol passou a ser um negócio (COSTA, 2012).

No período que corresponde ao fim da ditadura e começo de um governo mais democrático não houveram muitas mudanças no que diz respeito ao futebol, mais adiante em meados dos anos 90 foi que então começou um grande movimento em direção a profissionalização fora das quatro linhas, com início no decreto da Lei Zico, por conta do ex-jogador do Flamengo e da seleção brasileira, a Lei 8672, de 1993, Tratava-se de um projeto de profissionalização que disciplinava as relações do esporte, criando o clube-empresa e regulamentando os jogos de azar.

É necessário analisar a estrutura societária das associações desportivas do país, levando em conta o momento socioeconômico e cultural do esporte em todo mundo, de um lado a evolução do negócio chamado futebol e do outro os clubes organizados até então de forma tão amadora e em um modelo de associação que não permite um lucro dos investidores, ainda que com a autonomia de organização e funcionamento das associações previstas no artigo 217 da CRFB/88 (CANI; MENEGHETTI, 2014).

O Estado poderia exercer um controle mais incisivo se fossem os clubes estruturados juridicamente como sociedades empresárias, além de abrir a possibilidade uma busca legislativa para uma maior transparência e credibilidade destas instituições, que vêm comumente sendo relacionadas a tantas dívidas tributárias, trabalhistas, previdenciárias entre outros nos últimos tempos (CANI; MENEGHETTI, 2014).

Principalmente a administração dos dirigentes tradicionais de clubes e federações de futebol tem sido apontada como a principal causa que faz com que o futebol brasileiro não consiga aproveitar plenamente seu potencial econômico, principalmente nos chamados agentes direto, clubes e federações (LEONCINI; SILVA, 2005).

Não obstante essa lógica empresarial e profissional imposta pelo mercado e pela legislação desportiva convive-se, ainda, com uma cultura associativa, personalista e quase familiar extremamente enraizada nos clubes de futebol, decorrente dos primórdios da organização do esporte bretão no Brasil.

Essa realidade cultural já é considerada a um certo tempo, fortemente marcados pelos aspectos profissional e capitalista, sob pena de um dos mais importantes traços da cultura nacional ficar irremediavelmente arranhado, pela geração de repercussões negativas incalculáveis na própria lógica subjetiva e apaixonada de funcionamento do esporte mais popular do país (COSTA, 2012).

A forma como os clubes são administrados, ou mesmo essa grande influência de aspectos emocionais na administração, interfere de maneira bastante relevante na gestão e nas estratégias econômicas e jurídicas das associações esportivas, o que, muitas vezes, acaba por militar, a médio e longo prazo, contra os reais interesses da própria instituição (COSTA, 2012).

E muitas vezes, em decorrência da emoção apaixonada, esses mesmos dirigentes realizam negócios incoerentes, tanto do ponto de vista econômico quanto técnico, sobretudo na contratação de atletas, com preços incompatíveis com a realidade econômica e financeira dos clubes, impagáveis, e que beiram a irresponsabilidade administrativa (COSTA, 2012).

Assim, ainda mesmo diante da complexidade da estruturação financeira e administrativa do futebol brasileiro, verifica-se que a paixão é o elemento dominante nas administrações e nos atos de gestão das associações desportivas, sob o amparo das antigas fórmulas jurídicas de estruturação da atividade, com todos os vícios e equívocos que lhes são inerentes. Tudo isso acaba impedindo ou retardando o processo de maximização dos resultados administrativos, financeiros e até esportivos da atividade econômica do futebol profissional (COSTA, 2012).

Enquanto isso, o processo econômico e o mercado relativo ao futebol profissional continuam evoluindo e demandando, cada vez mais, uma estruturação jurídica adequada às novas realidades.

É necessário, pois, apontar as agremiações desportivas para a sua real vocação: o exercício da atividade econômica do futebol, com finalidade lucrativa, sem, entretanto, perder suas raízes associativas e características sociais e culturais que justificaram seu aparecimento e sua manutenção até os nossos dias (COSTA, 2012).

Sendo o objetivo de o trabalho criar e estruturar um clube de futebol para que consiga se estabelecer na localidade, é necessário falar um pouco sobre o conceito escolhido para gerir o clube, nesse trabalho o objetivo é trabalhar com o modelo clube-empresa.

Um clube-empresa é um clube esportivo que ao invés de ser juridicamente constituído como uma associação civil sem fins lucrativos é na verdade uma sociedade empresarial com o

objetivo de lucrar através do esporte, isso é busca criar capital para o próprio crescimento enquanto empresa.

As atividades esportivas no Brasil são desde o seu princípio organizadas por associações onde não se tem objetivo de lucrar com as atividades desenvolvidas, porém, é inquestionável que no cenário brasileiro essa denominação se encontra ultrapassada, pois está evidente que os clubes movimentam volumosas quantias em dinheiro para a manutenção de seus objetivos. Por isso o objetivo desse trabalho é propor que o clube desde de sua criação seja uma sociedade que busca o lucro, dessa forma trabalhando como uma empresa.

2.2 Empreendedorismo Social e Turismo

Oliveira (2004, p. 3) aponta que “o tema empreendedorismo social é novo em sua atual configuração, mas na sua essência já existe a muito tempo. Alguns especialistas apontam Luter King, Gandi, entre outros como empreendedores sociais. Isto decorrente a sua capacidade de liderança e inovação quanto as mudanças em larga escala”

O empreendedorismo social pode ser entendido como uma derivação do empreendedorismo em si, surge como ação que tem a capacidade de promover a autonomia social e a evolução humana, o principal objetivo dessa ação é de enfrentar as questões sociais mais carentes que uma sociedade enfrenta (AMARAL, 2004).

O projeto do clube empresa pode se colocar nessa posição pois trata de esporte que é capaz de promover a inclusão social, sendo ele trabalhado dentro das comunidades mais carentes é capaz de desenvolver maneiras de oportunizar igualdade de oportunidades a jovens dessas comunidades.

Ainda não existe um conceito definido que seja consistente o suficiente para abranger o empreendedorismo social, é um fenômeno que vem ganhando muita importância, e ocupa um espaço importante pois substitui atividades como a caridade e o assistencialismo e se torna uma nova forma de gestão social, uma estratégia que gera autonomia e organização social. Santana (2017, p. 5) diz que “o empreendedorismo social pode ser uma saída para reduzir a tamanha desigualdade em que vivemos e promover a dignidade humana para os socioeconomicamente excluídos do sistema”.

A desigualdade está presente na humanidade e o empreendedorismo social busca então agir nesse ambiente socioambiental, buscando diminuir o impacto social e a geração de valor econômico (LIMEIRA, 2014).

Para esclarecer um pouco mais podemos colocar o empreendedorismo social como um trabalho coletivo e não individual, suas ações são destinadas a comunidade, o seu funcionamento é em torno do impacto social, buscando soluções para esses problemas sociais, focando e respeitando pessoas da sociedade que estão em situação desigual e fazendo com que essas tenham um melhor convívio com o resto da sociedade (SCHMITT et al., 2012).

Já Limeira (2014, p. 9) aponta que “os empreendimentos sociais não se desenvolvem em um vácuo, mas surgem em um determinado ambiente sociocultural, econômico e político, onde diversos agentes e redes sociais se articulam, possibilitando o desenvolvimento de suas iniciativas”. Nesse mesmo sentido os fundamentos dessa atividade buscam resolver problemas como a pobreza, fome, não acesso à educação, voltando suas ações para a inclusão social, e ainda sim podendo ser benéfico financeiramente para a empresa ou como neste caso o clube.

O empreendedorismo social articula atender as necessidades dos mais pobres trabalhando a cidadania, e igualdade de direitos e oportunidades, visando reduzir desigualdades financeiras entre classes, esse ponto de vista pode parecer ilusão para muitos investidores, enquanto para outros é realidade que deve ser enfrentada (SANT’ANA, 2017).

Enquanto o mercado procura profissionais com perfil empreendedor para maximizar o lucro, reduzir custo e aperfeiçoar produção, a sociedade evidencia carência de profissionais para maximizar a abrangência das ações sociais, reduzir custo de atuação e otimizar a mudança social (BAGGENSTOSS; DONADONE, 2013).

Tem-se demonstrada intensa a afirmação de que o Estado não conseguiria desempenhar seus compromissos sociais para com a sociedade. Seria admitido então pelo Estado, considerando que o próprio tem se reestruturado para permitir que outras entidades o façam. Por outro lado, as entidades que desempenham o papel social do Estado também buscam legitimidade para garantir que suas atuações sejam abonadas e reconhecidas, garantindo continuidade (BAGGENSTOSS; DONADONE, 2013).

Empreendedores sociais buscam transformar o mundo e melhorar a condição de vida das pessoas em situação de risco social utilizando métodos presentes no ambiente das empresas (SANT’ANA, 2017).

Acredita-se que se pode viver um novo momento onde os problemas sociais, deixam de ser assuntos para discursos de políticos populistas, objeto de pesquisa para especialistas e lamentação para a sociedade, e passa a ser uma causa comum a todos que requer novas formas de agir, pensar e abraçar as alternativas postas em nosso presente tempo. O Empreendedorismo

Social pode ser uma saída para reduzir a tamanha desigualdade em que vivemos e promover a dignidade humana para os socioeconomicamente excluídos do sistema (SANT'ANA, 2017).

Os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais por meio da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando ao desenvolvimento social, econômico e comunitário (SCHMITT JUNIOR et al., 2012).

O objetivo dos empreendedores sociais é gerar impacto socioambiental, ou seja, melhorar as condições de vida das populações de baixa renda e em estado de vulnerabilidade social, bem como garantir a preservação do meio-ambiente (LIMEIRA, 2014).

Os gestores têm características distintas dos gestores de empresas privadas pois prezam o bem-estar da comunidade e lucro não é objetivo e sim um significado para servir as pessoas mais necessitadas. Suas ideias são baseadas em missões organizacionais e em centro de competências. São pessoas éticas, embora sabe-se que algumas infelizmente se aproveitam das empresas sociais para benefício próprio, mas a maioria que geri esse tipo de empresa é capacitado e tem o respeito da comunidade da qual está inserido (SCHMITT JUNIOR et al., 2012).

Na relação entre o desenvolvimento do empreendedorismo social na cidade de Jaguarão e a segundo a proposta de clube empresa do trabalho é os benefícios em relação ao turismo se dão pelo fato de que a comunidade é o principal foco do desenvolvimento.

Nessa perspectiva, Silva (2000 apud KRIPPENDORF, 2015) versa que o turismo tem que ser trabalhado, visando um desenvolvimento social e humano e não somente econômico, tendo a comunidade local como principal agente e atores desse fenômeno, ou seja, o primeiro a aceitar o turismo na localidade tem que ser a comunidade local, por compreender que é ela o principal beneficiário das práticas que o turismo pode promover.

Nesse sentido, o empreendedorismo social, segundo os textos já revisados, procura sanar lacunas sociais nas comunidades, porem de uma forma que gere renda e emprego para a população. No contexto do clube empresa, o time de futebol beneficiaria a comunidade jaguarense, ou seja, o lazer do turista local seria proporcionado através dessa proposta.

Além disso, Silva (2000, apud KRIPPENDORF, 2015), fala que a comunidade tem pleno direito de pensar a atividade turística e o seu desenvolvimento, dessa forma interagindo com a população carente e sem oportunidades e melhorando a qualidade do lazer na cidade.

É importante ressaltar que a comunidade deve ser compreendida como primeiro turista, sendo práticas sociais beneficiárias para a comunidade, automaticamente a comunidade promoverá, aceitará, se reconhecerá e preservará o turismo e as práticas socioambientais

ligadas a ele, por isso, é importante entender o conceito de turista cidadão, no qual se trata do morador da própria localidade que se beneficia com atividades nela proporcionada, neste caso, o esporte, através do clube empresa.

O turista cidadão é aquele morador da localidade que vivencia práticas sociais, no seu tempo rotineiro, dentro de sua cidade, de forma não rotineira, onde é provado em relação à cidade. Turista cidadão é aquele que resgata a cultura da sua cidade fazendo uso do estranhamento da mesma. Este estranhamento inicia no momento em que o indivíduo descobre no espaço cotidiano outras culturas, outras formas étnicas e outras oportunidades de lazer e entretenimento. Quando se encontra na situação de turista cidadão este sujeito aprende a utilizar os espaços ambientais, culturais, históricos, comerciais e de entretenimento com uma percepção diferenciada do seu cotidiano (MOESCH apud GASTAL, 2006, p. 15).

O trabalho se baseia no fato que o empreendedorismo social possa alavancar o turismo através do entretenimento e do esporte como cultura, ou seja, o morador, que se trata do turista cidadão, que busca atividades que contemplem seus momentos de lazer seria o principal beneficiado com a proposta de um clube empresa na cidade.

Mais do que isso, o empreendedorismo social trabalhado pelo viés do futebol, incluiria a comunidade mais pobre em sua constituição, gerando empregos, educação, profissionalização e a inclusão de jovens na carreira de futebol, como também trabalharia o turismo local dos moradores.

Este capítulo procurou trabalhar o negócio de um clube empresa como uma forma de desenvolvimento social e a melhoria da qualidade no lazer da comunidade, ou seja, o esporte como atrativo local.

3. APRESENTAÇÃO DO PROJETO DMC FUTEBOL CLUBE

Esse capítulo é destinado a elaboração da proposta do projeto do clube empresa, sendo as opções de gerir as atividades baseadas no referencial teórico estudado durante esse trabalho, a sua estrutura será apresentada em forma de 5W2H, a fim de justificar de forma clara as etapas da proposta do projeto.

O “DMC Futebol Clube” é um grupo que existe na cidade de Jaguarão, porém com suas atividades sendo desenvolvidas apenas em âmbito amador, portanto o objeto de alcance dessa proposta é a de profissionalizar essa marca, visando um maior aproveitamento de suas capacidades enquanto um clube empresa, que alinhado ao desenvolvimento da atividade esportiva. A profissionalização gera na sociedade impactos em muitos setores do ambiente social, ambiental, econômico e comercial, sendo uma nova opção turística dentro do município podendo então promover uma maior atenção da sociedade jaguareense ao turismo dentro da cidade.

A escolha do nome “DMC” foi dada pela representação que se encontrou no mundo da música, sendo assim uma adaptação da fraternidade “damassaclã”¹ que produz músicas no cenário nacional sendo que algumas diretrizes da equipe foram adotadas dessa fraternidade, sendo assim se optou por manter a sigla “DMC” como forma de homenagem.

3.1 O que?

O DMC Futebol Clube, é uma proposta de projeto de um clube de futebol de campo e futsal, onde suas atividades serão voltadas ao fomento da atividade esportiva, buscando se instalar na cidade, como um empreendimento que trabalhara no modelo de clube empresa, visando beneficiar a sua sociedade receptora dentro do âmbito social, promovendo a inclusão de diversas culturas dentro desse ambiente. Entende-se que paralelamente a isso o clube empresa precisa gerar lucro para manter suas atividades dentro do esporte, sendo esse o maior obstáculo encontrado para implantar o projeto na cidade visto que os gastos com essas atividades em nível profissional podem ser um pouco elevadas sendo assim necessário um planejamento eficiente.

O DMC Futebol Clube, é uma instituição com fins lucrativos, que busca promover a inclusão social, através do jogo e de eventos esportivos junto à comunidade, visando o desenvolvimento da cidade, ajudando na formação de diversos jovens e promovendo momentos de lazer, com o objetivo de incentivar a prática esportiva, proporcionando momentos únicos e marcantes na vida dos envolvidos.

Ainda no âmbito da prática do esporte em si, temos o planejamento da temporada, que deve prever qual o elenco de jogadores necessários, a preparação física, e a prevenção do desgaste físico devido ao número excessivo de jogos dentre outras atividades que são exercidas pelo treinador e sua comissão técnica.

Levando em conta que o clube existe de forma amadora, já existe então um símbolo criado para o representar. Como mostra a figura 1:

Figura 1: Símbolo da equipe DMC



Fonte: Elaboração do autor (2018)

Além da proposta de desenvolver uma equipe de futebol para disputa de campeonatos profissionais e amadores da região o clube surge para também organizar eventos e campanhas sociais dentro da cidade, que sirvam não só para arrecadar fundos, mas para também ajudar a construir um vínculo de identificação com a comunidade que é fundamental para que um clube se mantenha.

3.2 Porque?

O DMC Futebol Clube, nasce de uma concepção de que o esporte vai muito além de ganhar ou perder e que é possível extrair do esporte uma possibilidade de crescimento na vida das pessoas que se envolvem com jogo. Não apenas economicamente, mas também de forma a melhorar a qualidade de vida proporcionando momentos únicos, momentos de felicidade. O clube nasce com sua essência ligada a sentimentos únicos como o amor, nasce da união, da amizade,

com espírito de família, tendo como objetivo crescer em conjunto, trabalhando o lado coletivo e fortalecendo as qualidades individuais de cada envolvido.

Essa proposta surge da carência da cidade em ter um clube que a represente em campeonatos profissionais e leve o nome da cidade. Buscando dar mais visibilidade a nossa região, o projeto ainda conta com o viés social de incentivo ao esporte, estimulando uma condição de vida melhor.

A cidade de Jaguarão como já dito carece de projetos voltados ao esporte, que busquem o desenvolvimento junto à comunidade, criando laços que possam favorecer a todos e não apenas a interesses privados. É justamente nesse espaço que o DMC se posiciona buscando ajudar no progresso da cidade o clube tem o intuito de alavancar melhorias não apenas na infraestrutura local mas oportunizar a centenas de jovens do extremo sul do estado, condições dignas de treinamento e instrução profissional para que possam desenvolver suas habilidades em um espaço de inclusão de todas as pessoas que sonham em ser jogadores de futebol.

O futebol vem passando por mudanças e transformações importantes, principalmente no que diz respeito à sua gestão, tanto dentro, quanto fora dos gramados. O que torna esta análise interessante, seja para o estudioso do assunto, seja para o fã, interessado em saber os rumos que está tomando seu esporte preferido.

3.3 Quem?

Os principais beneficiados nessa proposta são os jovens da cidade e da região, pois através das categorias de base eles terão essa oportunidade de ingressar no futebol profissional, esses serão as pessoas diretamente relacionadas com o projeto, eles que desenvolverão e irão fazer com o clube realmente assuma um caráter coletivo.

Jovens até os 17 anos estarão aptos a participar das categorias de base do clube, será obrigatório que os mesmos estejam frequentando o ambiente escolar, a equipe principal será formada por jogadores da região que serão indicados pelos responsáveis da direção técnica do clube.

A cidade de Jaguarão faz fronteira com país vizinho Uruguai, com a cidade de Rio Branco, o que significa um potencial a ser explorado, pois através de uma ampla divulgação no país vizinho, é possível atrair jovens atletas uruguaios para compor as categorias de base do DMC. Com um bom planejamento para receber bem e de forma adequada jogadores de outro país o clube consegue alavancar sua marca de forma internacional, ganhando força e principalmente apoiadores para a equipe que são essenciais para um clube de futebol.

3.4 Quanto?

O orçamento do desenvolvimento das atividades do clube deve ser bem planejado, a fim de buscar sanar todos os setores do clube que necessitam de investimento. Porém este trabalho em um primeiro momento não conseguiu trazer dados suficientes sobre quais seriam os custos dessa proposta, sendo esse um ponto a ser explorado futuramente, em outras pesquisas, para que se consiga demonstrar as formas como os investimentos podem ser conquistados.

3.5 Como?

Para criar um clube de futebol existem algumas exigências, no Brasil a instituição que rege o futebol de campo é a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), e no Futsal a Confederação Brasileira de Futebol de Salão (CBFS), que seguem as normas da FIFA organização máxima no futebol. Algumas dessas exigências obrigam que ocorram algumas obras na cidade como reforma do local de treinos, mas que se tornam viáveis através de parcerias com a prefeitura da cidade, a própria Universidade e também buscar um patrocínio máster, como por exemplo um Banco ou investidores privados. Os investidores/apoiadores podem olhar com bons olhos essa iniciativa, custos para de material de jogo seriam fornecidos diretamente de uma produtora licenciada.

A criação de uma sociedade é pertinente nesse momento pois essa sociedade será a gestora do clube. E, portanto, ela poderá escolher os administradores que irão trabalhar no clube de forma remunerada, esses gestores serão divididos em cargos específicos direcionados aos setores que o clube pretende trabalhar,

Por se tratar da criação de um clube, teoricamente o número de torcedores será reduzido assim como investimentos em forma de patrocínio, então a única maneira de fazer com que o clube venha a dar certo é com o apoio do poder público, sendo então necessário buscar um diálogo com os mesmos.

A seguir algumas etapas que devem ser percorridas para estruturar o clube empresa de forma que ele seja capaz de sustentar suas atividades:

- Criação de um estatuto, contendo todas as especificidades jurídicas que o clube empresa pretende assumir enquanto um empreendimento destinado a pratica esportiva profissional;

- Busca por patrocinadores/apoiadores, deve ser um dos primeiros passos na construção do projeto, pois é somente através de um bom projeto de captação que o clube conseguira atrair

investimentos seja de empresas privadas ou do poder público para que o clube consiga se profissionalizar;

- Criação de um calendário anual de atividades, a fim de programar as atividades que o clube pretende desenvolver durante o ano, sejam estas atividades no âmbito do futebol como participação em competições, no contexto esportivo, organizando eventos dentro da cidade que busquem incentivar a população a praticar o esporte e também através de campanhas sociais beneficentes as comunidades mais carentes da cidade;

- Captação de mão de obra: atletas, profissionais do ramo da educação física, torcedores do clube (futuros sócios em potencial).

Ademais, seria interessante buscar uma parceria com as universidades da região, oferecendo propostas de estágios para os estudantes das áreas específicas que o clube necessita, ajudando assim o clube e os estudantes que teriam uma excelente oportunidade para trabalhar na prática, tão importante na caminhada acadêmica.

As categorias de base se tornam essenciais para o sucesso do projeto, pois é através dela que o clube alcançara o maior engajamento com a cidade nesse primeiro momento, pois atrairá para seus campos de treinamento muitos jovens da região.

Uma estratégia para manter o torcedor identificado com o time são os investimentos feitos nas categorias de base. Buscando provar para as pessoas que os atletas formados na base incorporam o ideário do clube.

Em um primeiro momento, as categorias de base do clube ficariam divididas entre futsal e futebol de campo, sendo cada uma delas nas categorias masculino e feminino, sendo divididos entre sub-09, sub-11, sub-13, sub-15, sub-17 e sub-20, sendo necessário uma equipe muito grande e comprometida de funcionários do clube para atender a demanda de tantos jovens.

É necessário, também, dividir comissões para cada categoria, assim cada uma ficando responsável por montar um cronograma semanal, mensal e anual das atividades a serem desenvolvidas. Cada comissão necessita de profissionais para auxiliar os adolescentes nas atividades diárias e também um acompanhamento das atividades escolares.

O processo de captação de atletas inicialmente seria realizado como uma espécie de peneira, sendo necessário a divulgação de uma data e um local onde responsáveis técnicos avaliariam os atletas para de acordo com as necessidades do clube, porém todos que se interessem em realizar atividades esportivas seriam bem recebidos, mesmo não jogando diretamente no clube.

Essa “peneira” seria divulgada pela região, sendo necessário a inscrição dos interessados com antecedência, para uma melhor preparação por parte do clube em receber esses atletas.

3.6 Quando?

A partir do momento em que o clube se profissionalizar, sendo uma marca esportiva regularizada juridicamente deve ser estipulado um prazo para que as atividades comecem a ocorrer, seguindo em um primeiro momento o calendário de competições da Federação Gaúcha de Futebol (FGF) federação responsável pelos campeonatos no Rio Grande do Sul e entidade filiada a FIFA e que rege as atividades profissionais no estado do Rio Grande do Sul.

3.7 Onde?

A proposta do presente trabalho é ser desenvolvida para a cidade de Jaguarão, Rio Grande do Sul. O clube precisaria naturalmente de um campo de futebol para a disputa das competições oficiais de campo, com vestiários, bancos de reservas, espaço imprensa, arquibancadas, iluminação, entre outras necessidades básicas.

A cidade de Jaguarão não possui atualmente nenhum local nessas condições, porém existe um estádio na cidade que poderia ser adaptado, no passado foi palco de competições oficiais, o estádio Mackinley Rosa que foi objeto de estudo de um projeto aplicado desse mesmo curso de Gestão em Turismo, onde o aluno Walner de Lima Ribeiro, orientado pela professora Dr.^a Patrícia Severo, propôs a reforma do estádio em cima de uma proposta de organização de um campeonato próprio para o local, onde ele aponta os principais pontos que devem ser trabalhados para recuperação desse espaço. A seguir imagens atuais do local:

Figura 2: Frente do estádio e lado exterior



Fonte: Barreto (2018)

Figura 3: Interior do estádio



Fonte: Barreto (2018)

O estádio Mackinley Rosa, está localizado na Rua General Câmara e pertence a associação Cruzeiro Jaguareense, se encontra em ruínas pelo descaso e falta de investimentos na manutenção do local, sua estrutura está condenada, porém é um espaço diferenciado sendo o

local todo murado e possuindo arquibancadas, vestiários, tuneis de acesso ao gramado e um campo com medidas oficiais. A seguir as figuras 4 e 5 que ilustram as arquibancadas e a visão do campo de jogo:

Figura 4: Arquibancadas



Fonte: Barreto (2018)

Figura 5: Visão do campo de jogo



Fonte: Barreto (2018)

Seria interessante buscar em parceria com o poder público e com a administração do clube Cruzeiro Jaguarense formas para recuperar o local para que o espaço sirva novamente para o fomento da prática do esporte, e também buscando resgatar a história do local para que não se deixar cair no esquecimento esse patrimônio importante da cidade, preocupação esta que existe no projeto aplicado de Walner Barreto.

As imagens 6 e 7, a seguir, ilustram o péssimo estado de conservação dos vestiários e do túnel de acesso ao gramado:

Para o Futsal seria necessário um ginásio coberto, também com padrões a serem seguidos, atualmente a cidade possui dois ginásios em plenas condições para receberem imediatamente jogos da equipe, o ginásio Ferrujão e o ginásio Henrikão.

Figura 6: Vestiários



Fonte: Barreto (2018)

Figura 7: Túnel de acesso ao gramado



Fonte: Barreto (2018)

O ginásio Dario de Almeida Neves o “Ferrujão”, se encontra na avenida 27 de Janeiro, e foi recentemente reformado, estando em plenas condições e atendendo todos os padrões para receber jogos oficiais. E o ginásio de Integração Henrikão, localizado na Mena Barreto, é um ginásio menor que o Ferrujão, mas que também consegue suprir todas as exigências da CBDS.

Também devem ser acrescentadas sedes administrativas, local destinado as atividades de planejamento do clube, podendo essa ser localizada no próprio estádio. Caso haja investimentos o clube pode também pensar em oferecer alojamentos para os atletas de fora da cidade, sendo então necessário refeitório, cozinha, academia, banheiros entre outros.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho visou fazer um levantamento histórico a respeito da gestão dos clubes no Brasil e a história do futebol de campo, sendo o futsal um segmento do jogo. Dentro disso, procurou-se trabalhar o empreendedorismo social como forma de fomentar o desenvolvimento econômico e social da comunidade e alavancar a qualidade da prática do lazer dos moradores da cidade de Jaguarão, a partir da constituição do clube empresa, propiciando, assim, momentos de satisfação da comunidade e interagindo com as comunidades carentes.

O DMC Futebol Clube surge como uma possibilidade da cidade de Jaguarão em ter um clube que a represente em campeonatos profissionais e leve o nome da cidade em nível estadual e nacional, buscando dar mais visibilidade à região. Neste sentido, o projeto busca fomentar o futebol, de forma a usar essa importante ferramenta de inclusão em um processo de adaptação da marca na cidade e na captação de adeptos, tendo em vista que se entende que se trata de um processo demorado e que, por se tratar de um esporte, ganha mais força pelo fato de ser muito bem aceito pela localidade onde se deseja implantar.

A cidade como um todo ganharia com infraestrutura, recebendo um espaço diferenciado para realizar eventos de grande porte e, também, ocasionaria em melhora significativa na qualidade de vida da comunidade, oportunizando novas vagas de emprego e abrindo espaço para que os jovens da cidade e região busquem seu espaço dentro do esporte. Também fazendo uma ponte para que a cidade tenha uma mobilização para receber outras equipes, isto é, fomentando a hospitalidade, fundamento essencial para a atividade turística.

As associações desportivas também precisam buscar o aumento de renda e de patrimônio, porém deve-se observar qual é o melhor modelo de estruturação a ser adotado. Investidores, na busca pelo lucro, investem na formação de atletas, para futuramente negociar seus direitos econômicos e, ainda, na fidelização dos “clientes”, que se entendem como torcedores, que são os consumidores finais desta entidade.

O tema estudado é o processo de evolução dessa gestão, com destaque para a sua profissionalização. Sendo assim, para um projeto dessa magnitude alinhar todos os pontos é necessário conhecimento de diversas áreas das ciências, como engenheiros, geógrafos, economistas, ambientalistas, entre outras profissões que contribuiriam de forma significativa a esse trabalho. Finalmente, espera-se ajudar no desenvolvimento sustentável local, promovendo a inclusão junto à sociedade, servir como uma nova fonte de renda para a cidade, promovendo eventos que incentivem a prática esportiva, com visibilidade para a cidade em âmbito estadual, é o que se pretende com a estruturação deste projeto.

REFERÊNCIAS

- AIDAR, Antonio Carlos Kfourir; LEONCINI, Marvio Pereira; OLIVEIRA, João José de. **A nova gestão do Futebol**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002. 280 p.
- AMARAL, Rogerio do. COPA DO MUNDO: DO JOGO DE FUTEBOL AO NEGÓCIO TURÍSTICO. **Colloquium Humanarum**, [s.l.], v. 4, n. 2, p.51-60, 20 dez. 2007. Associação Prudentina de Educação e Cultura (APEC). Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5747/ch.2007.v04.n2.h044>>. Acesso em: 26 nov. 2018.
- ANDREOZZI, Daniel Marques. **Planejamento estratégico e os clubes de futebol brasileiros**. 2007. 35 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Centro Universitário de Brasília Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – Fasa, Brasília, 2007.
- BAGGENSTOSS, Salli; DONADONE, Júlio Cesar. Empreendedorismo social: reflexões acerca do papel das organizações e do estado. **Gestão e Sociedade**, Minas Gerais, v. 7, n. 16, p.1-20, abr. 2013. Disponível em: <<https://www.gestoesociedade.org/gestoesociedade/article/view/1605>>. Acesso em: 26 nov. 2018.
- BRUNORO, J.C. & AFIF, A. **Futebol - 100% Profissional**. São Paulo, Ed. Gente, 1997.
- CANI, Jonas Philipe; MENEGHETTI, Tarcísio. A Transformação das Associações Desportivas em Sociedades Econômicas – Os Clubes Empresas. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica. Itajaí**, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 5, n.1, p. 436-460. 1º Trimestre de 2014. Disponível em: <www.univali.br/ricc> - ISSN 2236-5044> Acesso em: 10 nov. 2018.
- COSTA, Fabiano de Oliveira. **Estruturação jurídica do clube-empresa**. 2012. 145 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Universidade Fumec – Fch, Belo Horizonte, 2012.
- DAMO, Arlei Sander. Dom, amor e dinheiro no futebol de espetáculo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, Brasil, v. 23, n. 66, p.139-155, fev. 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10706609>>. Acesso em: 12 nov. 2018.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007. 335 p.
- GASTAL, Susana. **Turista Cidadão: Uma Contribuição Ao Estudo da Cidadania no Brasil**. Intercom, Caxias, p.1-15, set. 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/153045190808854777108231357126206582002.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2018.
- HELAL, Ronaldo; GORDON, Cesar. A crise do futebol brasileiro: perspectivas para o século XXI. **Eco-pós**, São Paulo, v. 5, n. 1, p.37-55, ago. 2002.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antônio Jorge. O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. **Campóos**, São Paulo, v. 5, n. 8, p.1-19, fev. 2003.

LEONCINI, Marvio Pereira; SILVA, Márcia Terra da. Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório. **Gestão e Produção**, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 1, p.11-23, abr. 2005.

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. **Empreendedorismo social no Brasil**: estado da arte e desafios. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10706609>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Empreendedorismo social no Brasil**: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. p.1-15, fev. 2014. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1143900/mod_resource/content/1/Empreendedorismo%20social%20no%20Brasil%20_%20atual%20configura%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2018.

RIBEIRO, Walner de Lima. **O futebol de campo no município de Jaguarão**: o caso do campo do Cruzeiro. 2017. 40 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, UNIPAMPA, Jaguarão-RS, 2017.

SANT'ANA, Laudimar. **Empreendedorismo social**: além dos interesses de reprodução do capital. 2017. 25 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/graduacaocienciasociais/files/2010/11/TCC-Laudimar-SantAna.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

SANTOS, Luiz Marcelo Vídero Vieira. **A evolução da gestão no futebol brasileiro**. 2002. 96 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Eaesp-FGV, São Paulo, 2002.

SCHMITT JUNIOR, Ademir; BEILER, Grazielle; WALKOWSKI, Marcelo. Empreendedorismo social e responsabilidade social: uma abordagem conceitual. **Convibra Administração**, p.1-12. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2914.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2018.

SILVA, Renan de Lima da. **Em ondas com o turismo**: o olhar da comunidade sobre o turismo nas praias do Farol de Santa Marta. 2015. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade de Caxias do Sul - UCS, Caxias do Sul, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/1165>>. Acesso em: 26 nov. 2018.

VERISSIMO, Luis Fernando. **Time dos sonhos**: paixão, poesia e futebol. São Paulo: Schwarcz S.A., 2010. 144 p.