ANÁLISE DA GESTÃO DO OPERÁRIO FERROVIÁRIO ESPORTE CLUBE (2014-2019)

Thiago Savio Ingles da Luz[1]
Miguel Archanjo de Freitas Junior[2]

Resumo: O estudo objetivou compreender e analisar a gestão do Operário Ferroviário Esporte Clube, de 2014 a 2019, período que o clube obteve as maiores conquistas de sua história. Para tanto, realizou-se uma pesquisa básica, qualitativa, bibliográfica e exploratória, triangulando-se dados. Concluiu-se que o OFEC é gerido por um grupo de empresários, presidido por José Álvaro Góes Filho desde 2014, que contribuem mensalmente com as despesas do clube. A gestão possui princípios empresariais, visa-se a viabilidade financeira por meio de ferramentas de mercado como o marketing, para obtenção de receitas alternativas para o clube.

Palavras-chave: clube empresa; gestão do OFEC; viabilidade financeira.

Introdução

O Operário Ferroviário Esporte Clube (OFEC), é uma equipe de médio porte no cenário nacional perante a mídia. Tal status é designado a times exteriores ao eixo Rio- São Paulo, considerando também as participações e conquistas competitivas significantes além do tamanho da torcida. (MOSKO, 2006).

A gestão dos clubes, independente dos níveis em questão, influem nas conquistas objetivadas e efetivadas, embora o futebol tenha particularidades imprevisíveis, exemplificadas pelo jargão que o caracteriza, uma "caixinha de surpresas".

Diante dessa problematização, o presente estudo objetivou compreender a gestão do OFEC, de 2014 e 2019. Esta realização justifica-se pois corresponde as conquistas mais significantes do clube, sendo um inédito campeonato estadual e dois títulos brasileiros consecutivos (séries D e C).

Materiais e métodos

A referente pesquisa é básica, de abordagem qualitativa, exploratória e bibliográfica. (GIL, 2008). O método analítico utilizado foi a triangulação de dados.

A baliza temporal, de 2014 a 2019, foi assim estabelecida pois corresponde ao período da gestão do grupo presidido por José Álvaro Góes Filho.

Resultados e discussão

O OFEC é oriundo da classe operária que trabalhava na construção da malha ferroviária e se reunia para praticar o jogo de futebol, em 1912, na cidade de Ponta Grossa, no Paraná. O clube está situado no bairro de Oficinas, nome dado pois ali localizavam-se as oficinas das máquinas ferroviárias. (DEFINO, 2012). Freitas Junior (2000) mostra que o OFEC passou por crises ao longo de sua história, no aspecto

[1] Aluno do 2° ano de licenciatura em Educação Física da Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: inglesthiago@hotmail.com
[2] Docente do departamento de Educação Física da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e docente no curso de Mestrado e Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas da UEPG. Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: mfreitasjr@hotmail.com

financeiro e administrativo, que levaram o clube a se licenciar das atividades do futebol profissional em 1993. Segundo Defino (2012), o Operário voltou as atividades profissionais em 2004, após uma parceria entre clube e prefeitura da cidade de Ponta Grossa.

Até 2008 o clube não conseguiu grandes resultados, então em 2009 a diretoria firmou parceria com um Grupo Gestor a fim de recrutar recursos financeiros, ano que o OFEC retornou a elite estadual. (LARA, 2014). Em 2014 a gestão do clube ganhou a conformação atual, sendo que consiste em um Grupo Gestor, presidido por José Álvaro Góes Filho, formado por quarenta e cinco empresários da cidade que ajudam a manter a folha salarial do clube, como descrito pelo presidente na entrevista concedida a André (2016):

> O grupo é composto por 45 empresários do município que fazem uma participação mensal, mas quem realmente administra o Operário são cerca de quatro pessoas. Os empresários participam com um valor igual e que nos ajuda a manter a folha de pagamento dos jogadores.

Em 2015, o OFEC sagrou-se campeão paranaense, apenas um ano após o Grupo Gestor de Álvaro Góes assumir o clube. A diretoria e a imprensa relacionavam o rápido êxito profissional a gestão com princípios empresariais. Nos êxitos posteriores, sendo campeão da série D e C do campeonato brasileiro, isso se confirmou, como dito por José Álvaro Góes para Paulo (2018):

> Acho que principalmente o modelo de gestão, é empresarial, ou seja, não gastar mais daquilo que se arrecada. [...].Quando entrei no clube foi para administrar como uma empresa, de profissionalizar, e isso estamos fazendo. O Operário precisa fazer isso, e não temos hoje nenhuma dívida, nenhum imposto atrasado, nenhuma ação trabalhista. É muito importante o clube alcançar seus objetivos e trabalhar com muito mais tranquilidade.

Sobre gestão empresarial em clubes de futebol, Suzuki (1999) escreveu para o caderno de esportes da Folha de São Paulo:

> Quando se fala em time como empresa, não importa tanto em qual modalidade ele se encaixa (patrocínio, parceria, empresa ou sociedade com capital aberto em Bolsas de Valores). O fundamental é que haja uma gestão empresarial moderna, profissionalizada, voltada a inserção do futebol na indústria do entretenimento, na qual é uma das mídias mais importantes e com capacidade de captar tantos recursos quanto os necessários para financiar a longa e caríssima série de atividades de que um time, para ser competitivo no cenário atual, necessita.

Moreira (2010, p. 8): “O clube empresa nada mais é que uma forma de organização das entidades de prática desportiva (clubes) na forma de sociedades empresárias com finalidade lucrativa.”

O sucesso de uma equipe de futebol não está relacionado a apenas gerir o clube com princípios empresariais, mesmo que possa ocorrer por consequência. Percebe-se isso durante a gestão presidida por José Álvaro Góes Filho já que em 2016, um ano após o inédito título estadual, o clube acabou sendo rebaixado para a segunda divisão do campeonato paranaense.

Entende-se que os times de futebol geridos com aspectos empresariais não almejam apenas títulos, classificações e acessos, mas também a viabilidade financeira. Para tanto, traça diferentes de estratégias de mercado, como o marketing.

Myskiw (2006) trata o marketing esportivo no ambiente do futebol profissional vinculado uma das maneiras de buscar receitas alternativas para os clubes. Fato este, presente na atual gestão do OFEC com a criação do programa de sócios torcedores em 2015, que teve como objetivo fidelizar o torcedor e também garantir receitas em

períodos sem jogos, como dito por Antônio Luiz Mikulis, diretor de futebol do Operário na ocasião, em entrevista a Jeferson (2015):

> Isso (o programa de sócio torcedor) é uma modernização do futebol no Operário. [...]. Hoje não dá para depender de uma receita de um ou dois meses, mas sim de um ano inteiro.

Mikulis refere-se a receitas de um ou dois meses pois naquele momento o OFEC disputava apenas a elite estadual, portanto o período de duração do campeonato era a única fonte de renda do clube durante o ano, como bilheteria, consumo de produtos dentro do estádio nos dias de jogos e vendas de camisetas oficiais. Em 2018 o OFEC chegou a 6 mil sócios torcedores, como divulgado no evento de encerramento da temporada por Joélcio de Miranda, diretor do programa sócio Fantasma da Vila. Atualmente o clube conta com 8 mil associados, como anunciado no perfil oficial do clube em uma rede social no mês de abril de 2019.

Vinculado ao marketing, criou-se também a loja oficial de produtos do OFEC, conforme retirado do site oficial do clube: "A Loja do Fantasma foi inaugurada em março de 2017 para melhor atender os torcedores operarianos". Sob direção de Joélcio Miranda, a Loja do Fantasma proporcionou aos torcedores um leque de opções como camisas, bermudas, bonés, meias, bolas, chaveiros, almofadas e entre outros produtos. Portanto, a loja do clube e o programa de sócio torcedor Fantasma da Vila são exemplos de receitas alternativas, como descrito na definição do marketing esportivo de Myskiw, que garantem a viabilidade econômica do clube. Moreira (2010) destaca como fundamental a viabilidade econômica dos clubes pois o principal objetivo é o contínuo investimento no departamento de futebol profissional que corresponde a maior despesa das entidades.

Considerações finais

Diante disso, compreende-se que a gestão do OFEC não está centrada em apenas uma pessoa, mas sim em um presidente que responde por um grupo de empresários que participam mensalmente nos custos do clube. O presente estudo não é capaz de afirmar que a gestão do clube impactou diretamente nas conquistas, mas que ela é conduzida de com princípios empresariais, visa-se a viabilidade financeira com captação de receitas alternativas utilizando-se de ferramentas de mercado, como o marketing. Para relacionar as conquistas ocorridas durante a gestão e a sua forma com aspectos empresariais, necessita-se de estudos futuros com diferentes métodos que possibilitem efetuar essa ligação.

Referências

ÁLVARO Góes exalta gestão do Operário. Disponível em: < https://d.arede.info/futebol/6699/alvaro-goes-exalta-gestao-do-operario >. Acesso em: 11 abr. 2019.

DEFINO, A. L. C. de. **Imortal Operário Ferroviário**: as histórias do Fantasma de Vila Oficinas. 1. ed. Ponta Grossa: Estrategium Comunicação, 2012. 232p.

FILHO, J. A. G. **Álvaro Góes ressalta "gestão profissional" no futebol do Operário** [mai. 2018]. Entrevistador: Eduardo Farias. Ponta Grossa: TVE, 2018. 1 cassete sonoro. Entrevista concedida ao programa Doc.com após o acesso do Operário a 1ª divisão do Campeonato Paranaense.

FREITAS JUNIOR, M. A. de. **Operário Ferroviário Esporte Clube**: um estudo das causas do fracasso de uma equipe de futebol profissional do interior do Estado do Paraná. 2000, 133 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas)- Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2000.

LARA, L. M. de. **Violência na torcida organizada de futebol**: estudo de caso da Torcida Trem Fantasma (2009-2013). 2014, 109 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas)- Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2014.

MOREIRA, C. G. P. F. **O modelo brasileiro para a transformação dos clubes de futebol em empresas**. 2010, 41 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialista em Direito Desportivo) – Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010.

MOSKO, J. C. **Futebol moderno e a busca pelo capital**: o exemplo do Clube Atlético Paranaense. 2006, 103 f. Dissertação (Mestrado Ciências em Sociais Aplicadas)- Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2006.

MYSKIW, M. **Marketing esportivo no futebol: um olhar à luz do paradigma do marketing de relacionamento.** 2006, 126 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2006.

OPERÁRIO muda os planos e sócio-torcedor vira meta em 2015. Disponível em: <https://www.diariodoscampos.com.br/noticia/operario-muda-os-planos-e-socio-torcedor-vira-meta-em-2015>. Acesso em: 17 abr. 2019.

PORCARI, R. Funcionamento estrutural do futebol brasileiro e a utilização do marketing. **Revista Nife**. São Paulo, v. 8, n. 7, p.47-54, mar. 2001.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 201p.

SUZUKI, M. **Como ganhar no futebol hoje**. Folha de São Paulo. Série de 12 artigos publicados entre julho e outubro de 1999.