

ESCOLA DE DIREITO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM DIREITO

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

JOÃO VITOR OSES ARANSAI

Os modelos de comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro e a interferência estatal

São Paulo, dezembro de 2018

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS
ESCOLA DE DIREITO DE SÃO PAULO
GRADUAÇÃO EM DIREITO

JOÃO VITOR OSES ARANSAI

**Os modelos de comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro e a
intervenção estatal**

Trabalho de conclusão de curso sob orientação do professor Wanderley Fernandes apresentado à FGV DIREITO SÃO PAULO como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito.

São Paulo, dezembro de 2018

AGRADECIMENTOS

Deixo meu agradecimento especial aos meus pais que me proporcionaram a oportunidade de cursar a graduação de direito na Fundação Getúlio Vargas. Agradeço a todos os professores da instituição, que sempre foram acessíveis e dispostos ao diálogo. Por último, não menos importante, agradeço a todos os meus colegas de graduação, que tornaram essa jornada mais fácil e divertida.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar os modelos de comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro e avaliar a necessidade de uma intervenção estatal para regular a atividade. Para isso, primeiramente iremos discutir o conceito jurídico de direito de transmissão, ou direito de arena, diferenciando-o do conceito de direito à imagem. Em seguida, faremos uma análise das externalidades de cada modelo de negociação e passaremos a avaliar as experiências internacionais com cada um dos modelos. Por último, iremos analisar os projetos de lei sobre o tema e discutir se as justificativas expressas em tais medidas legislativas são suficientes para demonstrar a necessidade de uma intervenção do Estado na atividade.

ABSTRACT

The present work aims to analyze the models of commercialization of the rights of transmission of the Brazilian Championship and assess the necessity and constitutionality of a state intervention to regulate the activity. For this, first we will discuss the legal concept of right of transmission, or right of arena, differentiating it from the concept of right to image. Next, we will analyze the externalities of each trading model and evaluate the international experiences with each of the models. Finally, we will conclude if the regulation of this activity is necessary.

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – [Origem das receitas financeiras].....	8
Quadro 2 – [Divisão de receitas de direitos de transmissão no Brasil].....	9
Quadro 3 – [Crescimento das Ligas Europeias].....	19
Quadro 4 – [Divisão do Clube dos 13].....	30

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. DIREITO DE ARENA	11
3. DOS MODELOS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO	15
3.1. MODELO DE COMERCIALIZAÇÃO INDIVIDUAL DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO	15
3.2. MODELO DE COMERCIALIZAÇÃO COLETIVA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO	18
3.2.1. <i>As vantagens de um campeonato competitivo</i>	20
4. EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL	22
4.1. A EXPERIÊNCIA ESPANHOLA	22
4.2. A EXPERIÊNCIA PORTUGUESA	24
4.3. A EXPERIÊNCIA ITALIANA	25
4.4. A EXPERIÊNCIA BRITÂNICA	26
5. A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA	29
5.1. A EXPERIÊNCIA DO CADE	31
5.2. DOS PROJETOS LEGISLATIVOS	33
5.2.1. <i>Do Projeto de Lei (PL) N° 2.019, DE 2011</i>	33
5.2.2. <i>Do Projeto de Lei (PL) N° 7.681, DE 2014</i>	34
6. O PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DA ENTIDADE DESPORTIVA E A INTERVENÇÃO ESTATAL	38
7. CONCLUSÃO	41
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43

1. INTRODUÇÃO

O futebol compõe um elemento singular da cultura nacional, é o esporte preferido entre os brasileiros, sendo que 69% da população brasileira afirma ter um time de coração.¹ Ao longo do tempo, o futebol tornou-se uma prática social capaz de gerar efeitos em toda a sociedade brasileira. Nas palavras do antropólogo Roberto DaMatta:

O futebol praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto descobrir.²

A partir da difusão dos meios de comunicação, o esporte estendeu sua influência e passou a permear ainda mais os lares das famílias brasileiras. Concomitantemente, o futebol foi essencial para alavancar a audiência das rádios brasileiras e das emissoras de televisão. De acordo Edilson Gastaldo:

Na gênese histórica do mundo contemporâneo, é interessante notar o surgimento quase concomitante do esporte moderno e dos meios de comunicação de massa, em fins do século XIX. Por exemplo, a primeira Olimpíada da era Moderna (1896) foi realizada no ano seguinte à primeira sessão pública de cinema (1895); a Copa do Mundo de 1938 ensejou a primeira transmissão de rádio intercontinental, enquanto a Copa de 1998 foi também a ocasião da primeira transmissão internacional de televisão de alta definição (HDTV).³

Esse movimento simbiótico entre a difusão dos meios de comunicação e transmissão esportiva também pode ser observado no Brasil. No caso brasileiro, há uma relação de interdependência entre futebol e televisão, onde, por um lado, os direitos de transmissão representam a principal fonte de receita dos clubes de futebol, e, por outro lado, as transmissões de jogos de futebol são responsáveis por parte significativa dos picos de audiência das emissoras.

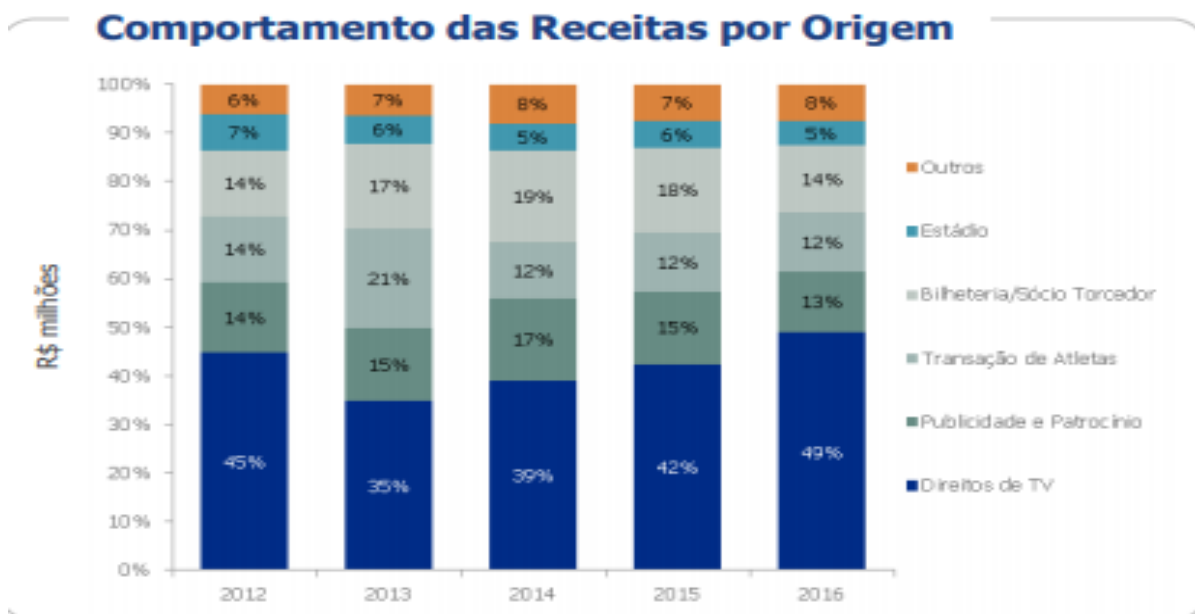
¹ POPULAÇÃO nacional prefere Brasileirão à Copa do Mundo. **Portal Terra**, 13 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/populacao-nacional-prefere-brasileirao-a-copa-do-mundo,8d3e97ae24ba71667e8247a9117445e46a9owuve.html>>. Acesso em: 03 out. 2019.

² DA MATTA, Roberto et. al. O universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakothek, 1982 apud RINALDI, Wilson. Futebol: Manifestação cultural e ideologização. **Revista da Educação Física/UEM**, Maringá, v. 11, n. 1, p. 167-172, 2000. Disponível em: <<http://eduem.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/3804/2618>>. Acesso em: 03 out. 2019.

³ GASTALDO, Édson. A arquibancada eletrônica: questões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. GT Mídia e Recepção, XIII Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), São Bernardo do Campo–SP, jun. 2004 apud PROCHNIK, Luisa. O futebol na telinha: a relação entre o esporte mais popular do Brasil e a mídia. **Revista Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória, 13-15 maio 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-1397-1.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2019. p 1.

De acordo com estudo feito pelo ITAU BBA realizado em 2017, a importância da receita advinda da venda dos direitos de transmissão vem aumentando nos últimos anos entre os clubes brasileiros. Em 2016, essa fonte de recursos representou cerca de 49% do total arrecadado pelos clubes conforme quadro abaixo:⁴

Quadro 1 – Origem das receitas financeiras



Fonte: Itaú BBA (2017)

Por outro lado, a transmissão do campeonato brasileiro de 2017 rendeu uma média de 26 pontos de audiência para a TV Globo⁵ na Grande São Paulo⁶, o que faz com que a atração seja uma das mais rentáveis para a emissora. Isto porque além da alta pontuação no IBOPE, a atração desperta o interesse de patrocinadores e de campanhas publicitárias durante as transmissões.

Nos últimos anos, observou-se um grande aumento na arrecadação sobre os direitos de transmissão por Corinthians e Flamengo em relação aos demais clubes. Na última negociação trienal dos direitos de transmissão, entre os clubes e a Tv Globo, Corinthians e

⁴ ITAU BBA. **Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol**. São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://textual.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Analise-dos-Clubes-Brasileiros-de-Futebol-Itau-BBA-2017.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2019.

⁵ ALEIXO, Fabio. Globo registra maior audiência do Campeonato Brasileiro em 11 anos. **Folha de São Paulo**, Portal Online, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/12/1940895-globo-registra-maior-audiencia-do-campeonato-brasileiro-em-11-anos.shtml>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

⁶ De acordo com a Kantar Ibope, 1 ponto equivale a 70,5 mil domicílios e 688,2 mil indivíduos na Grande São Paulo. Dessa maneira, o Campeonato Brasileiro alcançou uma média de 1.833.000 de lares e 17.893.200 indivíduos por jogo transmitido apenas na Grande São Paulo.

Flamengo receberam 147 milhões de reais a mais que os clubes que menos arrecadaram, América-MG, Paraná Clube e Ceará.

Quadro 2 – Divisão de receitas de direitos de transmissão no Brasil

Clubes	Valor arrecadado com direitos de transmissão do campeonato brasileiro para Tv aberta 2006-2008	Valor arrecadado com direitos de transmissão do campeonato brasileiro para Tv aberta 2009-2011	Valor arrecadado com direitos de transmissão do campeonato brasileiro para Tv aberta 2012-2015	Valor arrecadado com direitos de transmissão do campeonato brasileiro para Tv aberta 2016-2018
Corinthians e Flamengo	R\$ 21 milhões/ano	R\$ 36 milhões/ano	R\$ 110 milhões/ano	R\$ 170 milhões/ano
São Paulo	R\$ 21 milhões/ano	R\$ 36 milhões/ano	R\$ 80 milhões/ano	R\$ 110 milhões/ano
Palmeiras e Vasco	R\$ 21 milhões/ano	R\$ 36 milhões/ano	R\$ 70 milhões/ano	R\$ 100 milhões/ano
Santos	R\$ 18 milhões/ano	R\$ 20,6 milhões/ano	R\$ 60 milhões/ano	R\$ 80 milhões/ano
Cruzeiro, Atlético Mineiro, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo	R\$ 15 milhões/ano	R\$ 20 milhões/ano	R\$ 45 milhões/ano	R\$ 60 milhões/ano
Sport, Bahia, Vitória, Atlético-PR, Coritiba e Goiás	R\$ 11 milhões/ano	R\$ 13 milhões/ano	R\$ 27 milhões/ano	R\$ 35 milhões/ano
Demais Clubes	R\$ 3,4 milhões/2006 e 5,5 milhões/2007-2008	R\$ 5,5 milhões/ano	R\$ 18 milhões/ano	R\$ 23 milhões/ano
Diferença entre maior e menor arrecadação	R\$ 17,6 milhões/ano	R\$ 30,5 milhões/ano	R\$ 92 milhões/ano	R\$ 147 milhões/ano

FONTE: Zirpoli (2017). Elaboração própria.

Nesse contexto, as críticas ao modelo de comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro ganharam relevância e surgiram propostas legislativas com o objetivo de regular a atividade.

Somente nesta década, foram apresentados no Congresso Nacional cinco projetos de lei que dispõem sobre o tema. Destes, três projetos estão tramitando no Senado, sendo eles: o Projeto de Lei nº 755, de 2015, de autoria do Deputado Betinho Gomes, o Projeto de Lei nº 982, de 2015, de autoria do Deputado Fábio Ramalho e o Projeto de Lei Geral do Desporto Brasileiro (PL 68/2017), de autoria da Comissão Diretora do Senado Federal.

Dada a relevância do tema para o orçamento dos clubes de desporto brasileiros, o interesse das emissoras em reproduzir o conteúdo em seus canais e o interesse público dos brasileiros de acompanhar o esporte mais popular do país, o presente trabalho tem por objeto: (i) delimitar o conceito de Direito de Arena (no dialeto popular “Direito de Transmissão”), diferenciando-o da figura de Direito à Imagem; (ii) apresentar ao leitor os modelos de vendas dos direitos de transmissão assim como suas externalidades (iii) analisar os projetos de lei em tramitação assim como suas justificativas e, a partir disso, concluir sobre a necessidade, ou não, de regulação neste segmento.

2. DIREITO DE ARENA

O conceito de direito de arena, cuja nomenclatura popular é direito de transmissão, aparece pela primeira vez no ordenamento brasileiro no art. 100 da Lei de Direitos Autorais (Lei 5.988/73).⁷ Através desse dispositivo, o legislador concedeu aos clubes o direito de autorizar ou não a transmissão dos eventos desportivos que participam, conferindo aos atletas uma contraprestação pecuniária de 20% sobre o valor arrecadado através da comercialização de tal direito. Cabe ressaltar, ainda, que à época, tal prerrogativa era relativa apenas a jogos com entrada paga.

Com a criação da “Lei Zico” em 1993 (Lei 8.672/93), o artigo 100 da Lei 5.988/73 foi revogado. Apesar disso, o art. 24 da Lei Zico⁸ manteve, de forma geral, o conceito de direito de arena expresso na lei anterior, trazendo uma inovação: a abrangência do direito de arena sobre espetáculos em que não houvesse cobrança de entrada.

Atualmente, a lei que regulamenta o direito de arena é a Lei 9.615/98, mais conhecida como Lei Pelé. O art. 42⁹ traz poucas modificações em relação à lei anterior, mantendo aos clubes de desporto o direito de negociar e autorizar a reprodução de imagens e a transmissão dos eventos esportivos. A principal mudança trazida pelo dispositivo foi o a diminuição do valor repassado aos atletas, que passou de 20% para 5% do valor arrecadado com a comercialização deste direito.

De acordo com a lei, podemos compreender o direito de arena como uma prerrogativa dos clubes de autorizar a transmissão dos eventos esportivos que participam mediante cessão,

⁷ “Art. 100. A entidade a que esteja vinculado o atleta, pertence o direito de autorizar, ou proibir, a fixação, transmissão ou retransmissão, por quaisquer meios ou processos de espetáculo desportivo público, com entrada paga. Parágrafo único. Salvo convenção em contrário, vinte por cento do preço da autorização serão distribuídos, em partes iguais, aos atletas participantes do espetáculo” BRASIL. **Lei nº 5.988**, de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5988.htm>. Acesso em: out. 2018.

⁸ “Art. 24. Às entidades de prática desportiva pertence o direito de autorizar a fixação, transmissão ou retransmissão de imagem de espetáculo desportivo de que participem. § 1º Salvo convenção em contrário, vinte por cento do preço da autorização serão distribuídos, em partes iguais, aos atletas participantes do espetáculo. § 2º O disposto neste artigo não se aplica a flagrantes do espetáculo desportivo para fins exclusivamente jornalísticos ou educativos, cuja duração, no conjunto, não exceda de três minutos.” BRASIL. **Lei nº 8.672, de 6 de Julho de 1993**. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1993/lei-8672-6-julho-1993-349784-norma-pl.html>>. Acesso em: out. 2018

⁹ “Art. 42. Pertence às entidades de prática desportiva o direito de arena, consistente na prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens, por qualquer meio ou processo, de espetáculo desportivo de que participem. (Redação dada pela lei 12.395, de 2011).” BRASIL. **Lei nº 9.615**, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9615consol.htm>. Acesso em: out. 2018

via de regra onerosa, desse direito a terceiro. Em outras palavras, é o direito que o clube possui de gozar da exploração econômica da transmissão das partidas em que atua. Aos atletas, por sua vez, é assegurado um percentual fixo de 5% sobre o valor adquirido pelos clubes nessa transação.

O conceito de direito de arena, todavia, é, por vezes, confundido com o direito à imagem aplicado aos atletas, conceito este expresso no Art. 5, XXVIII da Constituição Federal de 1988.¹⁰ Tal equívoco ocorre pelo fato de ambos estarem relacionados à direitos da personalidade. Sobre a diferença entre tais institutos, o jurista Juliano Heinen afirma:

O direito à imagem tutela a faculdade de escolher o momento que se quer ser visto em público e pelo público, e o modo como esta exposição dar-se-á. Já o direito de arena consagra a tutela de um momento posterior, especificamente quando o indivíduo já escolheu expor-se em público, mas quer ver protegida a exploração econômica (reprodução e transmissão) de sua imagem. Esses fatores relacionam-se ao direito que um sujeito possui de ser e permanecer autêntico. Se a obra de um ser humano é um reflexo desta autenticidade, o direito de arena consagra a proteção da reprodução e da transmissão indiscriminada e desonerada da criação e da inventividade humana.¹¹

Resta claro que, apesar de ambos institutos abrangerem direitos de personalidade, o direito de arena tutela a exploração econômica da exposição do atleta no exercício de sua função, uma vez que o indivíduo já optou, ao adotar essa profissão, por se expor ao público. Enquanto o direito à imagem tutela, por sua vez, a faculdade do atleta de escolher o momento e modo de sua exposição ao público fora de sua atividade como atleta.

Além de tutelarem fenômenos distintos, tais direitos também se diferenciam quanto aos seus titulares. Nesse sentido, Fábio Menezes de Sá Filho, citando Felipe Legrazie Ezabela:

A diferença crucial mencionada pela doutrina está na titularidade de cada direito. Enquanto que a titularidade do direito de arena pertence à coletividade, representada pela entidade de prática desportiva dos atletas profissionais participantes do espetáculo, quanto ao direito de imagem, a titularidade é dos atletas de forma individual, independentemente de ser profissional ou não, por se tratar de direito da personalidade.¹²

Dessa forma, o direito de arena pertence à coletividade de atletas enquanto representam a entidade desportiva durante um evento, e o direito à imagem, por sua vez, é

¹⁰ “Art. 5. [...] XXVIII – são assegurados, nos termos da lei: a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas.” BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988

¹¹ HEINEN, Juliano. Direito de arena. **Revista Eletrônica do Ibpj**, n. 10, p.116-133, 2014, p. 121.

¹² EZABELLA, Felipe Legrazie apud LIMA NETO, João Duque Correia. Distinções entre o direito de Arena e o direito à imagem do atleta de futebol. **Conteúdo Jurídico**, 09 jul 2015. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/44743/distincoes-entre-o-direito-de-arena-e-o-direito-a-imagem-do-atleta-de-futebol>>

de titularidade individual de cada atleta tutelando a exploração da imagem do atleta fora do local de prática do desporto, enquanto não exerce sua função profissional.

No que tange especificamente à titularidade do direito de arena, é inequívoco que o legislador optou por concedê-la aos clubes, uma vez que o art. 42 da Lei Pelé apenas menciona os atletas para tratar da repartição do valor arrecado pela transmissão, sem prever qualquer possibilidade do atleta de vedar a captação de imagens. De acordo com José Miguel Soares:

[...] Direito de Arena pertencer ao clube, e não ao jogador, que diz respeito exatamente às características do contrato de trabalho do atleta profissional. Como já visto, é característica intrínseca da atividade do atleta exibir-se em público, que somente se aperfeiçoa no momento da disputa da partida. Para o jogador, a contratação representa o instrumento de cessão de sua imagem profissional para o clube empregador, para todas as atividades ligadas ao exercício da profissão. Esse consentimento é obrigatório, uma vez que a natureza do cumprimento do contrato de trabalho de atleta exige a exibição da imagem do profissional. Assim, sua imagem como profissional, envergando a camisa de seu clube, não lhe pertence. Por essa razão, a imagem do conjunto dos atletas em campo também não lhes pertence, mas sim ao empregador. Essa imagem da atividade coletiva é, na verdade, o Direito de Arena.¹³

A análise feita pelo autor explica o porquê nunca houve – ou nunca se teve registro de – uma transmissão de evento desportivo em que um dos atletas participantes tivesse obtido o direito de não ter sua imagem transmitida pelas emissoras. A exibição ao público é uma característica inerente à profissão de atleta, inexistindo necessidade de consentimento por parte dos profissionais.

Se ao contrário fosse, a aquisição de direitos de transmissão de um campeonato seria um investimento com altíssimos custos de transação, uma vez que as emissoras precisariam negociar individualmente com cerca de 730 atletas¹⁴ para viabilizar a transmissão. Deste modo, a transmissão do espetáculo se tornaria um investimento incerto pois se um jogador não aceitasse ter sua imagem transmitida, a exibição da partida ficaria altamente prejudicada.

Pelo exposto, concluímos que o direito de arena não se confunde com o direito à imagem do atleta, sendo uma prerrogativa exclusiva dos clubes de futebol de gozar da exploração econômica proveniente da captação e transmissão de imagens dos eventos desportivos dos quais os clubes participam. Cabendo aos atletas uma contraprestação pecuniária sobre o total do valor arrecadado pelos clubes sobre esses direitos, uma vez que

¹³ SOARES, Jorge Miguel Acosta. **Direito de imagem e direito de arena no contrato de trabalho do atleta profissional**. São Paulo: Editora LTR, 2008, p. 144.

¹⁴ VIEIRA, Cido. Confira quantos jogadores cada equipe utilizou na campanha do Brasileirão 2018. **Torcedores**, 16 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2018/12/brasileirao-lista-de-jogadores-utilizados>>. Acesso em: 03 out. 2019.

há a exposição do atleta como membro de uma obra coletiva, sendo essa a representação do clube.

3. DOS MODELOS DE COMERCIALIZAÇÃO DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO

A comercialização dos direitos de transmissão de campeonatos de futebol pode ser feita por meio de dois modelos: individual ou coletivo (centralizado). A comercialização coletiva é a mais comum entre as principais ligas do mundo, sendo vigente na liga inglesa (Premier League), Italiana (Série A Tim) e espanhola (La Liga). O modelo individual, por sua vez, é utilizado na Liga Portuguesa (Liga Nos) e no campeonato brasileiro.

Este capítulo tem por objetivo apresentar as externalidades positivas e negativas de cada modelo, sob a perspectiva dos clubes e das emissoras.

3.1. MODELO DE COMERCIALIZAÇÃO INDIVIDUAL DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO

O modelo de comercialização individual dos direitos de transmissão caracteriza a negociação direta entre a sociedade desportiva (clube) e a emissora de TV, sem o intermédio de nenhuma associação ou confederação. O modelo favorece a liberdade dos clubes de comercializar seus próprios direitos de transmissão, permitindo que a agremiação avalie a quantidade de jogos que deseja negociar e seu respectivo valor.

A comercialização individual observa princípio constitucional da livre concorrência, garantindo os clubes compitam entre si para atrair o interesse das emissoras de TV e de outros veículos de comunicação interessados em transmitir suas partidas. Por conseguinte, esta concorrência permite os clubes arrecadem pelos seus direitos de transmissão o valor correspondente à sua atratividade para os veículos de comunicação. Nas palavras do Ministro Luís Roberto Barroso a propósito da livre concorrência:

O princípio da livre concorrência, corolário direto da liberdade de iniciativa, expressa a opção pela economia de mercado. Nele se contém a crença de que a competição entre os agentes econômicos, de um lado, e a liberdade de escolha dos consumidores, de outro, produzirão os melhores resultados sociais: qualidade dos bens e serviços e preço justo. Daí decorre que o Poder Público não pode pretender substituir a regulação natural do mercado por sua ação cogente, salvo as situações de exceção[...].¹⁵

¹⁵ BARROSO, Luis Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. *Revista de Direito Administrativo*, São Paulo, v. 226, n. 1, p.187-212, 2001, p. 195.

Observa-se, portanto, que o modelo individual acaba por originar um mercado competitivo de oferta de conteúdo de entretenimento pelos clubes de futebol, onde o valor do produto ofertado reflete a capacidade de cada agremiação de atrair audiência para as emissoras de TV.

Além disso, a comercialização individual dos direitos de transmissão privilegia o princípio autonomia das entidades desportivas previsto no art. 217, I da Constituição Federal¹⁶ ao compreender que os clubes são proprietários de suas marcas e, portanto, são os únicos capazes de alinhar seus interesses políticos e financeiros durante a negociação de seus direitos de transmissão.

A autonomia da entidade desportiva pode culminar, até mesmo, na escolha de não comercializar o direito referente à determinada partida. O jogo entre Atlético Paranaense e Coritiba pelo Campeonato Paranaense de 2018 foi transmitido pelo Youtube, uma vez que o Atlético Paranaense não entrou em acordo com a Rede Globo para a transmissão de seus jogos pelo campeonato estadual¹⁷. Cria-se, portanto, um incentivo aos clubes de explorar a transmissão de seus jogos de outras formas e assegura-se o direito às entidades esportivas de não se submeterem às imposições das emissoras e optarem por não transmitir seus jogos via televisão.

Da perspectiva das emissoras de TV, o modelo individual possibilita a compra de direitos de transmissão de jogos específicos, de clubes que lhe despertam interesse, permitindo a exibição de partidas estratégicas direcionadas ao seu público. Isto aumenta a eficiência do investimento feito pelas emissoras, que não terão que adquirir direitos de transmissão relativos a partidas que não pretendem reproduzir em seu canal.

Nota-se também uma diminuição da barreira à entrada no setor visto que ao permitir que as emissoras de TV adquiram direitos de transmissão de partidas avulsas de um campeonato, os investimentos necessários para a exibição de uma partida se tornam menor. Isto pode gerar até mesmo uma maior opção de jogos ao telespectador da TV aberta, beneficiando o consumidor final.

¹⁶ “Art. 217. É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não-formais, como direito de cada um, observados: I - a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto a sua organização e funcionamento.” BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

¹⁷ ALMEIDA, Napoleão de. Atlético-PR exhibe clássico no YouTube sem autorização, e sinal é derrubado. **UOL**, Curitiba, 08 abr. 2018. Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/paranaense/ultimas-noticias/2018/04/08/sem-acordo-com-globo-e-coritiba-atletico-pr-transmite-jogo-no-youtube.htm>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

A comercialização individual, contudo, resulta em uma situação de disparidade econômica entre os clubes de maior torcida e os clubes de menor expressão, uma vez que o valor arrecadado pelos direitos de transmissão está diretamente relacionado aos níveis de audiência gerados por cada clube. Esta disparidade financeira pode, em tese, diminuir a competitividade do campeonato, visto que os clubes financeiramente favorecidos possuem condições de montarem equipes mais competitivas.

Porém, ao possibilitar que os principais clubes do país arrecadem mais, os mesmos terão maior capacidade de competir em torneios internacionais onde, muitas vezes, o nível técnico é mais alto que o campeonato nacional.¹⁸ Esta hipótese pode ser validada a partir do exemplo espanhol. A Liga espanhola, que adotou o modelo individual de negociação até a temporada 2015/2016, é um campeonato pouco competitivo. Os dois maiores clubes do país, Real Madrid e Barcelona, concentram 89% dos títulos da liga nacional no século XXI. Contudo, os clubes espanhóis obtiveram ótimo desempenho nos campeonatos internacionais, tendo conquistado 7 das últimas 10 edições da Liga dos Campeões da Europa.

Em contrapartida, a *Premier League*, série A do campeonato inglês, adota o modelo de comercialização coletiva e é reconhecida por fazer uma distribuição bastante igualitária das receitas advindas de cotas de televisão. O campeonato é reconhecido pelo alto nível de competitividade entre os clubes, sagrando cinco diferentes clubes campeões neste século. Todavia, apenas um clube inglês conquistou a Liga dos Campeões nos últimos 10 anos. Dessa forma, pode haver um trade-off entre fortalecer o campeonato nacional e melhorar o desempenho de determinados clubes nos campeonatos continentais.

Dessa forma, o modelo de comercialização individual estimula a concorrência entre os clubes na oferta de conteúdo para as emissoras e privilegia a autonomia das entidades desportivas, concedendo-lhes liberdade para usufruir de seus direitos da maneira que lhes convir. Contudo, o modelo origina disparidade financeira entre os clubes, o que pode, em tese, acarretar uma perda de competitividade no campeonato nacional. Concomitantemente, esta disparidade pode viabilizar um desempenho melhor de determinadas equipes em campeonatos internacionais.

¹⁸ PINTO, Gustavo Bicharra. **Análise do modelo de negociação dos direitos televisivos de transmissão do futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio, Rio de Janeiro, 2011.

3.2. MODELO DE COMERCIALIZAÇÃO COLETIVA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO

O modelo de comercialização coletiva, por sua vez, é caracterizado pela venda centralizada e unificada dos direitos de transmissão de um campeonato, ou seja, o produto final repassado às emissoras é a cessão dos direitos de transmissão de um campeonato inteiro, incluindo todos os jogos, abarcando os direitos de todas as equipes que dele participam.

A negociação pode ser realizada pela própria confederação responsável por organizar o campeonato, quanto por uma associação formada pelos clubes para este propósito. Conforme veremos no capítulo de experiências internacionais, a iniciativa para adoção desse modelo pode partir tanto dos próprios clubes quanto de uma intervenção estatal obrigando os clubes a comercializarem seus direitos de transmissão coletivamente.

A comercialização coletiva é congruente com o ideal de solidariedade desportiva, pela qual almeja-se dar condições justas de competir a todos os participantes de determinado torneio. Intrinsecamente a ideia deste modelo, está compreensão do campeonato como uma obra coletiva de todos os clubes participantes, e, portanto, a arrecadação proveniente dos direitos de transmissão deve ser distribuída da forma mais equilibrada possível. Desta forma, a venda centralizada representa uma *joint selling* promovida pelos clubes onde o produto final é resultado do esforço dos clubes de participaram do campeonato.¹⁹

De acordo com pesquisa realizada por Jeanrenaud e Késsene,²⁰ que analisou a evolução dos direitos de transmissão das cinco principais ligas nacionais europeias, notou-se que o modelo centralizado proporcionou um crescimento maior de receitas de direitos de transmissão em relação ao modelo individual.²¹

¹⁹ CRISAFULLI, Felipe Augusto Loschi; ANJOS, Leonardo Fernandes dos. O critério de solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro. **Revista de Defesa de Concorrência**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 156-179, nov. 2015.

²⁰ JEARENAUD Claude; KÉSENNE Stefan. The economics of sport and the media, 2006 apud PINTO, Gustavo Bicharra. **Análise do modelo de negociação dos direitos televisivos de transmissão do futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio, Rio de Janeiro, 2011.

²¹ PINTO, Gustavo Bicharra. **Análise do modelo de negociação dos direitos televisivos de transmissão do futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio, Rio de Janeiro, 2011.

Quadro 3 – Crescimento das Ligas Europeias

País	1991-1992	2001-2002	Crescimento
Inglaterra	21 milhões	907 milhões	x 43
Itália	55 milhões	486 milhões	x 9
França	21 milhões	397 milhões	x 19
Alemanha	36 milhões	384 milhões	x 11
Espanha	30 milhões	237 milhões	x 8

FONTE: Jeanrenaud e Késsene (2006) apud Pinto (2011).

Mesmo partindo de valores iniciais próximos, todas as ligas que utilizaram o modelo coletivo à época (Inglaterra, França e Alemanha) apresentaram um crescimento maior do que as que adotaram o modelo individual. Essa alavancagem reflete o poder de barganha dos clubes que, ao se agruparem para oferecer um produto, são capazes de exigir um valor maior visto que passam a ofertar um conteúdo único e exclusivo.

Através desse modelo, observamos a maximização do valor total obtido pela liga como um todo e ao mesmo tempo a diminuição do lucro individual de algumas equipes. Isto ocorre porque as equipes de maior expressão acabam renunciando a possibilidade de receber uma quantia maior, caso negociassem individualmente, em troca de uma distribuição mais equilibrada dessa receita. Portanto, este modelo é caracterizado pela cooperação entre os clubes com o objetivo de valorizar o campeonato nacional, tornando-o, em tese, mais competitivo.²²

Contudo, a externalidade negativa do modelo é a perda de autonomia dos clubes, que não possuem individualmente nenhum tipo de poder de barganha e ficam vinculados às decisões tomadas pela associação responsável pela negociação dos direitos de transmissão.

Da perspectiva das emissoras, a obtenção de um produto único e exclusivo torna o investimento em direitos de transmissão mais atraente visto que elas obterão a exclusividade para transmitir o conteúdo inédito. Entretanto, para tal aquisição é necessário um investimento alto, o que faz com que poucas emissoras entrem na concorrência para exibir o conteúdo. Caso a emissora vencedora do certame não sublicencie jogos a outras emissoras, a exibição do conteúdo ficará restrita a uma única emissora, prejudicando o telespectador.

²² PINTO, Gustavo Bicharra. **Análise do modelo de negociação dos direitos televisivos de transmissão do futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio, Rio de Janeiro, 2011.

O modelo de comercialização coletiva, portanto, maximiza o valor de arrecadação com direitos de transmissão e estimula uma divisão mais igualitária dessas receitas em prol de uma tentativa de tornar o campeonato nacional mais competitivo. Em contrapartida, este modelo retira o poder de decisão individual dos clubes, sujeitando-os ao arbítrio das associações e confederações.

3.2.1. As vantagens de um campeonato competitivo

É natural indagar-se o motivo pelo qual os grandes clubes devem ser solidários com seus rivais na divisão de receitas se o objetivo deles é, justamente, superar seus concorrentes para a conquista de títulos. No âmbito esportivo, diferentemente de outras atividades econômicas, a posição de monopólio não representa o melhor cenário para uma agremiação esportiva, isto porque os clubes dependem necessariamente de outras equipes para competir.²³

De acordo com a tese de Simon Rottenberg, a preferência dos clubes sempre será de vencer seus concorrentes, porém, se os clubes pudessem escolher o resultado, optariam por vencer por uma margem pequena.²⁴

A tese apresentada pelo autor pode ser constatada facilmente de modo empírico por qualquer amante do esporte. A competitividade é um elemento intrínseco ao esporte, por isso partidas com alto equilíbrio técnico atraem maior atenção dos torcedores, em qualquer modalidade. A consequência disso é um aumento na venda de ingressos para as partidas, acompanhado de um maior interesse das emissoras em transmitir os jogos da equipe e, ainda, desejo de patrocinadores em estampar suas marcas nos uniformes das equipes. Desta forma, o equilíbrio dentro de um campeonato pode estimular os clubes a maximizarem outras fontes de receitas.

Nesse sentido, o *New York Yankees Paradox* aponta a relação entre a vitória e o interesse dos torcedores. De acordo com este paradoxo, quanto mais previsível se torna a vitória de um clube, menor o engajamento do torcedor desse clube para assistir aos jogos. Isto porque

²³ CRISAFULLI, Felipe Augusto Loschi; ANJOS, Leonardo Fernandes dos. O critério de solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro. **Revista de Defesa de Concorrência**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 156-179, nov. 2015.

²⁴ ROTTENBERG, Simon. The Baseball Player's Market. *The Journal of Political Economy*, Chicago, v. 64, n. 3, pp. 242-258, jun. 1956 apud CRISAFULLI, Felipe Augusto Loschi; ANJOS, Leonardo Fernandes dos. O critério de solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro. **Revista de Defesa de Concorrência**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 156-179, nov. 2015.

o excesso de vitórias por margens largas pode deixar os torcedores entediados e incentivá-los a optarem por outros programas.²⁵

Esta teoria carrega o nome do time de baseball *New York Yankees* devido à hegemonia do clube na liga americana de baseball durante o final da década de 30 e início da década de 40. De acordo com o Gerrard, houve na época uma percepção coletiva da queda de público nos jogos da equipe.

Mediante o exposto, resta claro que a disputa de um campeonato equilibrado causa maior engajamento nos torcedores, influenciando diretamente na alavancagem de outras fontes de receitas como: bilheteria, venda de camisetas e patrocínio. A comercialização coletiva dos direitos de transmissão, portanto, ao se mostrar uma alternativa interessante para estimular a competitividade dentro de um campeonato pode, conseqüentemente, impulsionar as receitas financeiras dos clubes do campeonato.

²⁵ GERRARD, Bill. Media Ownership of Teams: The Latest Stage in the Commercialisation of Team Sports. In: SLACK, Trevor (org.). *The Commercialisation of Sport*. Abingdon: Routledge, pp. 247-266, 2004 apud CRISAFULLI, Felipe Augusto Loschi; ANJOS, Leonardo Fernandes dos. O critério de solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro. **Revista de Defesa de Concorrência**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 156-179, nov. 2015.

4. EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

Para uma análise mais aprofundada das consequências de cada modelo, se faz necessário observar como as principais ligas europeias lidaram com a comercialização dos direitos de transmissão dos campeonatos nacionais. O objetivo do capítulo é apresentar ao leitor a evolução histórica da comercialização dos direitos de transmissão em quatro ligas europeias.

4.1. A EXPERIÊNCIA ESPANHOLA

No início da transmissão televisiva do campeonato espanhol, a Real Federação Espanhola de Futebol era a responsável por comercializar todos os direitos de transmissão com o único canal de televisão existente à época, a TVE, canal controlado e gerido pelo Governo Espanhol.²⁶

Em 1983 foi criada a Liga Nacional de Futebol Profissional (“LNFP”), que passou a cuidar da negociação dos direitos de transmissão, portanto, durante esse período, a venda dos direitos de transmissão funcionava de maneira coletiva. Contudo, processos administrativos e judiciais começaram a surgir quando novas emissoras de TV foram criadas e passaram a disputar o direito de transmitir a liga espanhola.

O Tribunal Espanhol de Defesa da Concorrência (“TDC”) julgou o Caso 319/92, condenando a LNFP e a Canal Plus por abuso de posição dominante. Isto porque a LNFP impôs restrição aos novos entrantes, os canais Telecinco e Antena 3, de negociar os direitos de transmissão do campeonato espanhol. A LNFP encerrou o período de oferecimento de proposta, propositalmente, pouco antes da autorização estatal de funcionamento para novos canais privados e celebrou contratos com as TVs públicas regionais, o Canal Plus e a TVE estabelecendo um longo prazo de duração, e implementando a possibilidade de prorrogação do contrato, impedindo o acesso das novas emissoras privadas.²⁷

Na decisão, o TDC aplicou uma sanção pecuniária e proibiu tais condutas para as próximas negociações, obrigou as TVs públicas regionais a permitir o acesso as imagens das

²⁶ BLANCO, Vera Sopena; CASADO, Javier Salinas. Autoridades de competencia y derechos audiovisuales del fútbol en España: regulación, supervisión y especulación. **Actas de derecho industrial y derecho de autor**, n. 35, p. 265-287, 2014.

²⁷ Idem, loc. cit.

partidas sob o valor de mercado e extinguiu a exclusividade da LFP de negociar pelos clubes de futebol. Após o problema antitruste, iniciou-se uma nova fase, onde as negociações passaram a se dar de forma individual.²⁸

Após a transição de modelos, deu-se origem a uma grande disparidade financeira entre os clubes da primeira divisão do campeonato espanhol. Em 2002, os dois principais clubes espanhóis, Real Madrid e Barcelona, já arrecadavam 38% do total da receita recebida pelos 20 clubes da liga espanhola, a disparidade esta que continuou a aumentar, até que na temporada 2012/2013 os dois clubes recebiam o equivalente a 55% do total arrecadado.²⁹

Tal disparidade econômica trouxe consequências a competitividade da liga espanhola, tornando o campeonato altamente polarizado pelas duas maiores equipes do país. Por este motivo a atratividade do campeonato diminuiu, e na temporada 2013/2014 o valor arrecadado pela Liga Espanhola, mesmo contando com dois melhores jogadores do mundo eleitos pela FIFA, Lionel Messi e Cristiano Ronaldo, representava apenas 42% do 1,87 bilhão de euros arrecadados pelo Campeonato Inglês.³⁰

Preocupado com a queda de atratividade do campeonato e com a dívida fiscal de 1,3 bilhão de reais dos clubes de menor torcida da Espanha,³¹ o governo espanhol resolveu se posicionar sobre o tema e criou o Real Decreto Ley 5/2015. Por este dispositivo legal ficou estabelecido que a comercialização dos direitos de exploração de conteúdos audiovisuais das competições de futebol profissional deve ser feita de forma centralizada, ou seja, coletivamente.

Os valores destinados a cada clube passaram a seguir o seguinte critério: 50% distribuído igualmente entre todas as equipes; 25% distribuído em função das posições obtidas nas últimas temporadas; e 25% de acordo com outros aspectos, como a audiência gerada.

No ano seguinte ao o Real Decreto-ley 5/2015, o primeiro contrato negociado sobre o modelo coletivo fez a receita da Liga espanhola total aumentar em €335 milhões³² e a diferença

²⁸ REIS, Sérgio Lourenço Bezerra Ferreira; ASSAFIM, João Marcelo de Lima. **A regulação pro-concorrencial do setor televisivo: análise do segmento de transmissão esportiva**. Tese de mestrado em Direito. Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2009.

²⁹ BARBOSA JÚNIOR, José Carlos Silveira; SIMÕES, Rafael Augusto. Negociação de direitos televisivos no futebol: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa. Textos para discussão 229, Senado Federal, Consultoria Legislativa, Brasília, 2017. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/529029>> Acesso em: out de 2018

³⁰ Idem, loc. cit.

³¹ LEISTER FILHO, Adalberto. Clubes espanhóis devem R\$ 1,3 bi ao governo. **UOL**, Máquina do Esporte, São Paulo, 08 out. 2014. Disponível em: <https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/clubes-espanhois-devem-r-13-bi-ao-governo_27237.html>. Acesso em: 08 out. 2014.

³² LEITE JUNIOR, Emanuel. O novo modelo de "cotas" da Globo: um avanço estagnante. **Portal vermelho**. Disponível em:

entre o que clube mais arrecada e o que menos arrecada caiu de uma proporção 5:1 milhão para algo próximo à 3,5:1 milhão.³³

A experiência espanhola aponta que o modelo de negociação individual gerou forte disparidade econômica entre os clubes espanhóis, refletindo em uma polarização pela disputa do campeonato entre dois clubes. A transição de modelos foi benéfica para o crescimento das receitas de transmissão da La Liga, e responsável por um reequilíbrio na distribuição de receitas.

4.2. A EXPERIÊNCIA PORTUGUESA

A experiência portuguesa é marcada pela adoção do modelo de negociação individual pelos clubes desde o princípio das vendas dos direitos de transmissão. Apesar de não haver previsão para uma modificação no modelo de comercialização dos direitos de transmissão, a cobrança dos clubes de menor expressão para mudança de modelo é pauta recorrente no país.

Isto porque a disparidade financeira entre os clubes e a falta de competitividade no campeonato é latente. De acordo com estudo realizado pela UEFA, a liga portuguesa apresenta o maior desequilíbrio na distribuição de receitas dos direitos televisivos entre as 20 maiores ligas europeias, sendo que o principal clube do país recebe 14 vezes mais do que a média dos clubes do campeonato. No mesmo estudo, ficou constatado que a média desta proporção é de 2,3 entre as demais ligas europeias.³⁴

Essa disparidade é refletida nos gramados, sendo que nos últimos 15 anos, apenas os 3 maiores clubes do país se sagraram campeões: Benfica, Porto e Sporting. A hegemonia destes clubes é ainda maior se considerarmos os 84 anos de história da Liga portuguesa, sendo que em apenas 2 ocasiões, outros clubes conquistaram o título.

A falta de atratividade do campeonato é tão grande que, mesmo com a tradição de Portugal no cenário do futebol europeu, a liga portuguesa é apenas a oitava liga que mais arrecada com direitos de transmissão na Europa. O valor arrecado pelo campeonato português

<http://www.vermelho.org.br/noticia/o_novo_modelo_de_cotas_da_globo_um_avanco_estagnante/294879-392>. Acesso em: 08 dez. 2018.

³³ LEITE JUNIOR, Emanuel. A equidade na divisão dos direitos de TV da Premier League. **Portal Vermelho**, 05 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.vermelho.org.br/noticia/297836-1>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

³⁴ SIMÕES, Luís Miroto. Direitos televisivos: Portugal tem a maior disparidade do top-20 das ligas europeias. **Record**, 16 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.record.pt/internacional/detalhe/direitos-televisivos-portugal-tem-a-maior-disparidade-do-top-20-das-ligas-europeias>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

é menor do que o valor pago à segunda divisão da liga inglesa, e apenas 1/3 do valor pago à liga turca, que pouco repercute no cenário mundial.³⁵

A experiência portuguesa indica que o modelo individual de comercialização foi um dos grandes responsáveis pela falta de competitividade e atratividade do campeonato português, sendo o país um dos poucos a continuarem a utilizar este modelo.

4.3. A EXPERIÊNCIA ITALIANA

A experiência italiana é marcada pela alternância do modelo de negociação das cotas televisivas. Até 1999, os clubes da Série A italiana utilizaram o modelo centralizado de negociação, através do qual a Liga de Futebol Profissional Italiana vendia os direitos de arena para as emissoras interessadas.

Em 1999, a Autoridade Garantidora da Concorrência e do Mercado (AGCM), considerou que a maneira pela qual se comercializava os direitos de transmissão, constituía um acordo entre empresas não justificável (cartel), que permitia a fixação do preço de revenda de maneira a restringir a concorrência no mercado televisivo desportivo e, por isto, decidiu pela imposição do modelo individual de comercialização no país.³⁶

Após essa medida, contudo, novos problemas começaram a surgir. Em relação às emissoras, a AGCM considerou em 2000, que a aquisição do controle da emissora *Telepiu* pela *News Corporation Limited* constituía um monopólio no mercado de direitos de transmissão, continuando a prejudicar a concorrência no setor televisivo.

Do lado dos clubes, observou-se que os três maiores clubes do país, Internazionale, Milan e Juventus, passaram a receber muito mais que os outros pela venda dos direitos de transmissão. Tal disparidade resultou em uma evidente hegemonia dos três times no campeonato nacional.

³⁵ PAIS, José Pedro. G15 – A Revolução do futebol português?. **Zerozero.pt**, Portugal, 21 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.zerozero.pt/coluna.php?id=917>>. Acesso em: 08 dez. 2018.

³⁶ BLANCO, Vera Sopeña; CASADO, Javier Salinas. Autoridades de competencia y derechos audiovisuales del fútbol en España: regulación, supervisión y especulación. **Actas de derecho industrial y derecho de autor**, n. 35, p. 265-287, 2014.

Com isso em 2007, Autoridade Antitruste da Itália recomendou em um relatório que o sistema de negociação coletiva das cotas de TV fosse retomado, a fim de restabelecer uma maior competitividade à Série A italiana. E em 19.7.2007 foi aprovado a Ley Melandri-Gentiloni que acertou as bases para instauração de um modelo centralizado.

A partir disso, passaram a vigorar os seguintes critérios de distribuição:

1. 40% Divido igualmente por todos os clubes;
2. 25% Número de Adeptos;
3. 15% Classificação ultimas 5 temporadas;
4. 10% Classificação histórica desde 46/47;
5. 5% População da cidade;
6. 5% Classificação da época.

A transição para o modelo coletivo, ainda que tentasse primar pela equidade na distribuição de recursos, não se mostrou suficiente para estabelecer um equilíbrio na divisão de receitas. Na temporada 2012/13, a Juventus recebeu um total de 95 milhões de euros provenientes da negociação de direitos televisivos. Já o clube Pescara, na mesma temporada, recebeu a quantia de 21,3 milhões de euros, resultando numa relação de 4,4 para 1.³⁷

A experiência italiana indica a dificuldade do Estado em intervir na questão, uma vez que o próprio órgão antitruste italiano recomendou, em momentos distintos, a adoção dos dois modelos de negociação. Além disso, a escolha dos critérios de distribuição de receitas no modelo italiano não se mostrou eficaz em reduzir a disparidade financeira entre os clubes, o que demonstra que nem sempre o modelo coletivo é capaz de reduzir a disparidade financeira entre os clubes.

4.4. A EXPERIÊNCIA BRITÂNICA

O campeonato inglês é a liga que mais arrecada com direitos de transmissão no mundo, os direitos respectivos às temporadas de 2016 a 2019 foram vendidos por mais de 8 bilhões de

³⁷ BARBOSA JÚNIOR, José Carlos Silveira; SIMÕES, Rafael Augusto. Negociação de direitos televisivos no futebol: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa. Textos para discussão 229, **Senado Federal, Consultoria Legislativa**, Brasília, 2017. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/529029>> Acesso em: out de 2018

libras.³⁸ Ao mesmo tempo, o modelo britânico é elogiado por apresentar a divisão de receita mais equilibrada entre as ligas de futebol, o West Bromwich, que foi a equipe que menos faturou na temporada 2017/2018, ganhou 63% do valor arrecadado pelo Manchester United, clube que mais arrecadou.³⁹

Diferente de todos os outros casos estudados, a liga inglesa aderiu ao modelo coletivo de comercialização a partir de uma autorregulação dos clubes, ou seja, sem nenhuma interferência estatal. Em 1992, com o objetivo de aumentar a atratividade comercial do campeonato inglês, os clubes criaram a *Football Association Premier League Limited* (“FAPL”), uma empresa limitada cujos acionistas são os próprios clubes que a integram, com a função de organizar e gerir a principal divisão do futebol inglês. Para isso, a divisão formada foi criada com independência da *Football Association*, a associação responsável por controlar o futebol na Inglaterra, com autonomia para negociar os contratos de patrocínio e venda dos direitos de transmissão.⁴⁰

As receitas distribuídas pela FA, seguem os seguintes critérios de distribuição:

- a) 50% Igual forma por todos os clubes;
- b) 25% Classificação na última época desportiva (Sendo que o clube que fica em último recebe um *share* e o primeira 20 *shares*, isto é o campeão recebe 20 vezes mais que o ultimo classificado);
- c) 25% A título de transmissões em direto;

No que tange a comercialização de direitos de transmissão, a *Premier League* se apresenta como um exemplo a ser seguido. A liga inglesa é simultaneamente o campeonato que mais arrecada com a venda dos direitos de transmissão e o campeonato com melhor distribuição de receita entre os clubes. Ademais, a iniciativa para a adoção do modelo centralizado de negociação veio dos próprios clubes, o que demonstra uma preocupação dos dirigentes das entidades desportivas com a competitividade e expansão do campeonato.

³⁸ MONACO, Luis Augusto. Premier League fechará novo mega contrato de direitos de tevê nesta quinta-feira. **Carta Capital**, Chuteira F.C., 06 fev. 2018. Disponível em: <<http://chuteirafc.cartacapital.com.br/premier-league-novo-contrato-teve/>>. Acesso em: 07 dez. 2018.

³⁹ NA INGLATERRA, pequeno ganha 63% do dinheiro de TV do United; no Brasil, Chape leva só 19% do Fla. **Portal ESPN**, 17 maio 2018. Disponível em: <http://www.espn.com.br/futebol/artigo/_/id/4315561/na-inglaterra-pequeno-ganha-63-do-dinheiro-de-tv-do-united-no-brasil-chape-leva-so-19-do-fla>. Acesso em: 07 dez. 2018.

⁴⁰ VALLE, Emmanuel do. [25 anos da Premier League] Como o dinheiro da TV foi chave para a criação da nova liga. **Trivela**, 14 ago. 2017. Disponível em: <<https://trivela.com.br/25-anos-de-premier-league-como-o-dinheiro-da-tv-foi-chave-para-a-criacao-da-nova-liga/>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

Ao final da análise das experiências internacionais nos 4 países, temos que, de maneira geral, o modelo de comercialização coletiva tem se apresentado como uma alternativa melhor para o crescimento econômico e competitivo dos torneios. Contudo, as interferências estatais visando regular o tema são marcadas por muitas polêmicas e mudanças de posicionamento dos órgãos antitruste, o que torna imprescindível a discussão sobre o papel do estado na escolha do modelo de comercialização.

5. A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA

A primeira transmissão ao vivo de uma partida de futebol no Brasil foi o clássico Santos x Palmeiras em 18 de setembro de 1955 pela TV Record. Após esse evento, as partidas referentes aos campeonatos estaduais e aos campeonatos de dimensão nacional passaram a ser transmitidas de maneira esporádica e sazonal, nos mais diversos horários, de acordo com a relevância da partida e o interesse das emissoras em reproduzir o conteúdo. Nas palavras do jornalista Luis Fernando Lima: “Futebol era comprado a granel. Você ‘ah, tem aqui um jogo importante’ vão lá discutir com o Flamengo, com o Corinthians ou com não sei quem e você vai discutir jogo a jogo uma compra do direito, ou um aluguel do direito”.⁴¹

Em 1987, com a criação do clube dos 13, esse cenário passa a mudar. Os principais clubes do país fundam a entidade para defender seus interesses políticos e comerciais com o objetivo de melhorar a qualidade do campeonato nacional e torná-lo um produto de entretenimento mais atrativo ao mercado publicitário e ao público.

A Copa União foi criada pela entidade no mesmo ano como uma alternativa ao campeonato organizado pela CBF e pela primeira vez na história do futebol brasileiro houve uma transmissão contínua de um campeonato nacional. Os clubes negociariam a transmissão do torneio em caráter exclusivo com a Rede Globo pela quantia de US\$ 3,4 milhões.⁴² A Rede Globo transmitiu 42 dos 78 jogos da competição, com uma partida às sextas-feiras a partir das 21h30, outra às 16h dos sábados e a última às 16h do domingo, posteriormente repassada para 17h.⁴³

A partir do sucesso do comercial do torneio, observou-se um grande interesse das emissoras de televisão brasileiras em transmitir o campeonato nacional e o clube dos 13 se tornou o responsável pela comercialização dos direitos de transmissão de seus associados.

O clube dos 13 decidia os critérios dos valores que seriam repassados aos clubes em assembleias organizadas pelos representantes dos próprios clubes. Via de regra, dividiam-se os

⁴¹ FERNANDO, Luiz. Palestra proferida no VI Seminário Temático Globo-Intercom 2012. Rio de Janeiro, 19 jul. 2012. apud SANTOS, Anderson David Gomes Dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista EPTIC Online**, v. 15, n. 3, p. 205-215, 2013

⁴² REDENÇÃO à vista. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 916, p. 36-41, 18 dez. 1987. Apud SANTOS, Anderson David Gomes Dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista EPTIC Online**,

⁴³ VIVA o futebol. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 902, p. 18-22, 17 set. 1987. Apud SANTOS, Anderson David Gomes Dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista EPTIC Online**, v. 15, n. 3, p. 205-215, 2013

clubes em grupos, de acordo com sua relevância e atratividade, e estipulavam qual a quantia que seria devida àquele determinado grupo.

A fim de exemplificar a divisão feita pelo Clube dos 13, tomaremos como base a negociação feita referente ao triênio 2009-2010-2011:

Quadro 4 – Divisão do Clube dos 13

Grupo	Times	Divisão Cota Fixa de TV Aberta
Grupo 1	Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco da Gama	36 milhões cada.
Grupo 2	Santos	20,6 milhões
Grupo 3	Grêmio, Internacional, Cruzeiro, Atlético Mineiro, Botafogo e Fluminense	16 milhões cada
Grupo 4	Sport, Bahia, Vitória, Atlético-PR, Coritiba e Goiás, Guarani e Portuguesa	13 milhões cada

FONTE: Zirpoli (2017). Elaboração própria.

Cabe ressaltar que a quantia demonstrada na tabela diz respeito apenas aos jogos transmitidos em televisão aberta. Os valores referentes aos jogos em *pay-per-view*, que também compõe a receita dos direitos de transmissão dos clubes, não estão inclusos, visto que eram calculados de acordo com o número de torcedores que adquiriam o serviço.

Este critério de divisão sempre foi alvo de críticas dos clubes com as maiores torcidas, visto que os mesmos acreditavam que seriam capazes de angariar uma receita maior negociando separadamente. Dessa maneira, no começo de 2011, o Corinthians requereu sua desfiliação do Clube dos 13 alegando não estar de acordo com a maneira que associação estava negociando os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro para os anos de 2012, 2013 e 2014.

Além do Corinthians, Flamengo e Vasco anunciaram que passariam a negociar individualmente seus direitos de transmissão. A partir disso, verificou-se um rompimento do Clube dos 13 e o início das vendas individuais dos direitos de transmissão no Brasil.⁴⁴

Após o início das vendas individuais, Corinthians e Flamengo passaram a receber um valor muito maior que os demais clubes, o que vem causando uma grande disparidade financeira

⁴⁴ MOREIRA, Daniela. Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco rompem com Clube dos 13. **Exame**, 23 fev. 2011. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/botafogo-flamengo-fluminense-e-vasco-rompem-com-clube-dos-13/>>. Acesso em: 2 dez. 2018.

entre as equipes da série A. Conforme já apresentado, Corinthians e Flamengo arrecadam 147 milhões a mais que os clubes que menos arrecadam.

Neste contexto, surgiram tanto processos administrativos no Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência, quanto propostas legislativas visando modificar o modelo de comercialização dos direitos de transmissão no Brasil.

5.1. A EXPERIÊNCIA DO CADE

O Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência – CADE já abordou o tema duas vezes em processos administrativos instaurados pelo órgão. O Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11 foi instaurado pelos procuradores do CADE Chandre de Araújo, José Cândido de Carvalho Júnior e Rogério Santos Muniz, em face da TV Globo Ltda., Globo Comunicações e Participações Ltda. (“Globosat”, Rádio e Televisão S.A, TVA Sistema de Televisão S.A, União de Clubes de Futebol (“Clube dos 13”) e seus respectivos filiados.

Os procuradores do CADE alegaram que a criação de uma entidade, o clube dos 13, para a venda conjunta dos direitos de transmissão caracterizaria formação de cartel. Além disso, o contrato de cessão dos direitos de transmissão firmado pela Rede Globo, em caráter de exclusividade, que contava com uma cláusula de preferência estabelecida à Globo permitindo à emissora o direito de igualar a proposta dos demais licitantes, sinalizaria indícios de violação à norma de defesa da concorrência vigente, à época Lei. 8884/94.⁴⁵

O entendimento do órgão foi de que a venda através do clube dos 13 não seria uma formação de cartel, uma vez que o produto final repassado às emissoras depende da participação de todos os clubes envolvidos no campeonato e, portanto, não se trataria de formação de cartel, mas sim de uma *joint selling* inerente ao mercado de esportes.

Em outubro de 2010, o CADE promoveu um Termo de Compromisso de Cessação – TCC com o Clube dos 13, onde ficou acordado que a compromissária: (i) abster-se-ia de utilizar “cláusula de preferência” ou outra de mesma natureza nos novos contratos de comercialização dos direitos de transmissão dos jogos do campeonato brasileiro; (ii) comprometer-se-ia em realizar a venda de tais direitos de modo separado para cada modalidade (TV aberta, TV

⁴⁵ BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE. Voto do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11. Relator: César Costa Alves de Mattos. Brasília, 2010.

fechada, *Pay-per-view*, Internet e celular); (iii) estabeleceria critérios claros para a realização das concorrências; e (iv) permitiria ao vencedor do certame o direito de sublicenciar seus direitos à terceiros.⁴⁶ Cabe ressaltar que a vigência do TCC celebrado vigorou até outubro de 2015.

A comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro foi novamente objeto de discussão no CADE, o Processo Administrativo nº 08700.009863/2014-70 buscou apurar suposta prática de abuso de poder dominante da mídia televisiva em face dos clubes de menor expressão. De acordo com o Ministério Público Federal, que apresentou a representação ao CADE, o modelo individual de venda dos direitos de transmissão fere a solidariedade desportiva e prejudica a participação dos clubes menores no campeonato nacional.⁴⁷

O CADE, em sua decisão, se preocupou em fazer uma distinção entre competitividade desportiva de um campeonato ou esporte e “a concorrência entre oferta de bens e serviços por agentes de mercado aos consumidores”.⁴⁸ Dessa maneira, o CADE entendeu que não era de sua competência a análise de competitividade no desporto, restringindo-se a analisar eventuais problemas concorrenciais advindos da relação mercadológica entre os clubes e as emissoras, que pudessem impactar em externalidades negativas ao consumidor final. O órgão entendeu ainda que a imposição de um modelo de negociação seria estranha da perspectiva concorrencial, visto que tal medida se opõe ao modelo de livre concorrência. Por fim, o CADE decidiu por arquivar o processo por não encontrar indícios de infração à ordem econômica.⁴⁹

Dessa forma, a posição do órgão antitruste brasileiro acerca do tema é de não intervir no mercado de comercialização dos direitos de transmissão. Isto porque não há indícios de infrações econômicas nas negociações entre os clubes e as emissoras, e a análise da competitividade dos clubes dentro do campeonato não é objeto da sua competência quanto órgão antitruste.

⁴⁶ BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE. Voto do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11. Relator: César Costa Alves de Mattos. Brasília, 2010.

⁴⁷ BARBOSA JÚNIOR, José Carlos Silveira; SIMÕES, Rafael Augusto. Negociação de direitos televisivos no futebol: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa. Textos para discussão 229, Senado Federal, Consultoria Legislativa, Brasília, 2017. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/529029>> Acesso em: out de 2018.

⁴⁸ BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE. Nota Técnica 47/2015 do Processo Administrativo nº 08700.009863/2014-70. Coordenador-Geral: Marcelo Nunes de Oliveira, Brasília, 2015 p.5

⁴⁹ BARBOSA JÚNIOR, José Carlos Silveira; SIMÕES, Rafael Augusto, op. cit.

5.2. DOS PROJETOS LEGISLATIVOS

Somente nesta década, foram apresentados no Congresso Nacional cinco projetos de lei que dispõem sobre o tema. Destes, três projetos estão tramitando no senado, sendo eles: o Projeto de Lei nº 755, de 2015, de autoria do Deputado Betinho Gomes, o Projeto de Lei nº 982, de 2015, de autoria do Deputado Fábio Ramalho e o Projeto de Lei Geral do Desporto Brasileiro (PL 68/2017), de autoria da Comissão Diretora do Senado Federal. As principais medidas propostas de cada projeto de lei, assim como o estágio de tramitação destes projetos serão apresentados ao leitor.

5.2.1. Do Projeto de Lei (PL) Nº 2.019, DE 2011

Em 16 de agosto de 2011, foi apresentado pelo Deputado Mendonça Filho (DEM-PE) um projeto de lei sobre a regulamentação da venda dos direitos de transmissão de jogos de futebol do campeonato brasileiro pela televisão. As principais medidas contidas no projeto são:

- (i) A venda centralizada e unificada por uma instituição que representará todos os clubes, sendo esta escolhida através de quórum de 60% dos clubes pertencentes à série envolvida;
- (ii) O prazo máximo de validade de um contrato dos direitos de transmissão será de 3 anos;
- (iii) A realização de concorrência pública para a venda dos direitos de transmissão com critérios claros e objetivos e obrigação de tornar público o contrato. Os contratos, por sua vez, não poderão conter nenhum tipo de cláusula de preferência;
- (iv) A venda dos direitos de transmissão será feita através de ofertas diferentes para TV aberta e TV fechada. Caso haja somente um vencedor, haverá a obrigação de sublicenciar direitos a outra emissora para transmissão de dois jogos semanais;
- (v) As emissoras de TV aberta não poderão dedicar mais que 10% de sua grade à transmissão do campeonato brasileiro. Além disso, as emissoras não poderão

dedicar mais de 20% do tempo de programação com o campeonato brasileiro para a transmissão de jogos ao vivo de determinado clube;

(vi) A distribuição das receitas auferidas pela venda dos direitos de transmissão obedecerá aos seguintes critérios:

I – cinquenta por cento (50%) do total arrecadado dividido de forma igualitária entre os clubes;

II – cinquenta por cento (50%) do total arrecadado dividido tomando por base a colocação do time no campeonato anterior e a média da audiência dos jogos nos anos anteriores.

De acordo com os andamentos registrados na câmara dos deputados, o projeto foi levado à Comissão do Turismo e Desporto (“CTD”), tendo sido apresentadas 7 emendas ao projeto. Todas essas foram rejeitadas no parecer do relator n. 1 CTD, do Deputado José Rocha. Antes mesmo que o projeto pudesse ser levado adiante, o próprio autor do PL apresentou ao Plenário da Câmara o Requerimento de Retirada de proposição individual, retirando o projeto de lei da pauta legislativa.⁵⁰

5.2.2. Do Projeto de Lei (PL) Nº 7.681, DE 2014

Em 5 de junho de 2014, o deputado Raul Henry apresentou um projeto de lei com objetivo de alterar a redação do Art. 42 da Lei Pelé (Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998). Com a alteração do art. 42 da Lei Pelé, ficariam estabelecidas as seguintes modificações:

- (i) A obrigação de realizar a venda dos direitos de transmissão de forma coletiva e unificada, através de instituição que representará todos os clubes;
- (ii) O dever de publicidade dos contratos firmados em sítios eletrônicos das entidades de desporto;
- (iii) Vedação de cláusulas de preferência nos contratos;

⁵⁰ BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei PL 2019/2011**. Dispõe sobre a regulamentação da venda dos direitos de transmissão de jogos de futebol do campeonato brasileiro pela televisão. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=515563>>. Acesso em: 7 dez. 2018.

- (iv) Vedação às emissoras de TV aberta de dedicarem mais que 10% de sua grade à transmissão do campeonato brasileiro. Além disso, as emissoras não poderão dedicar mais de 20% do tempo de programação com o campeonato brasileiro para a transmissão de jogos ao vivo de determinado clube;
- (v) A distribuição das receitas auferidas pela venda dos direitos de transmissão passará a obedecer aos seguintes critérios:
 - I – 50% da receita serão divididos equitativamente entre todas as entidades de prática desportiva participantes do torneio ou campeonato;
 - II – 25% da receita serão divididos conforme a classificação na última temporada do mesmo torneio ou campeonato; e
 - III – 25% da receita serão divididos de forma proporcional à média do número de jogos transmitidos no ano anterior.

De acordo com os andamentos registrados na câmara dos deputados, o projeto foi distribuído às Comissões de Esporte; Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e Constituição e Justiça e de Cidadania. Contudo, o projeto foi arquivado em 31 de janeiro de 2015, antes sequer da emissão de parecer pelas comissões, nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Em 20 de maio de 2015, o Deputado Marinaldo Rosendo (PSB-PE) requereu o desarquivamento do projeto de lei. O pedido foi recusado pela mesa diretora da Câmara dos Deputados, uma vez que o deputado não foi o autor da proposição.⁵¹

Por este motivo, houve a proposição de outros dois projetos de lei com a mesma redação do PL 7.681/2014, sendo esses: o Projeto de Lei nº 755, de 2015, de autoria do Deputado Betinho Gomes, e o Projeto de Lei nº 982, de 2015, de autoria do Deputado Fábio Ramalho.

O PL 982/2015 foi apensado ao 755/2015, pelo fato de possuírem a mesma redação, e foi encaminhado às comissões do Esporte; Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e de Constituição e Justiça e de Cidadania. Em 29 de novembro de 2017, a Comissão do Esporte emitiu um parecer rejeitando o PL 755/2015. O projeto de lei que tramita em caráter conclusivo,

⁵¹ BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei PL 7681/2014**. Acrescenta dispositivos ao artigo 42 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para dispor sobre a distribuição dos recursos oriundos da comercialização dos direitos de transmissão de imagem de eventos esportivos. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=618506>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

ainda será analisado pelas comissões de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.⁵²

5.2.3 Do Projeto de Lei (PL) Nº 68 de 2017

O mais recente projeto que aborda o assunto é o Projeto de Lei Geral do Desporto Brasileiro de autoria da Comissão Diretora do Senado Federal. O projeto de lei foi resultado de uma comissão de juristas formada com o objetivo de elaborar diretrizes gerais para o esporte brasileiro.

Contudo, ao abordar o direito de arena, a comissão não estabeleceu nenhuma norma objetiva sobre o assunto, se limitando a firmar princípios que devem ser observados durante a comercialização dos direitos de imagem. Sendo esses:

- (i) O interesse público na difusão de imagens de eventos esportivos de modo mais abrangente possível;
- (ii) O direito do torcedor de acompanhar a competição;
- (iii) Liberdade de comunicação;
- (iv) Liberdade de mercado;
- (v) Livre concorrência e a prevenção às práticas de mercado anticompetitivas;
- (vi) Integridade do esporte, solidariedade esportiva e igualdade entre os competidores; e
- (vii) A proteção de empresa nacional e produção do conteúdo local.

O projeto está em tramitação no Senado Federal, onde está aguardando o posicionamento da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania.⁵³

Com exceção ao Projeto de Lei Geral do Desporto, todas as outras medidas legislativas buscaram implementar a comercialização centralizada dos direitos de transmissão do

⁵² ESPORTE rejeita negociação coletiva de cotas de transmissão dos campeonatos de futebol. **Câmara dos Deputados**, Notícias, 30 nov. 2017. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ESPORTES/550040-ESPORTE-REJEITA-NEGOCIACAO-COLETIVA-DE-COTAS-DE-TRANSMISSAO-DOS-CAMPEONATOS-DE-FUTEBOL.html>>. Acesso em: 13 dez. 2018.

⁵³ BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei do Senado PLS 68/2017**. Institui a Lei Geral do Esporte. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/128465>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

campeonato brasileiro. A experiência brasileira, portanto, é marcada por diversas tentativas de intervenção estatal visando regular essa atividade, seja via processos administrativos no órgão antitruste brasileiro, seja via propostas legislativas.

6. O PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DA ENTIDADE DESPORTIVA E A INTERVENÇÃO ESTATAL

O objetivo desse capítulo é analisar em que medida uma interferência legislativa visando impor um modelo específico de comercialização dos direitos de transmissão fere o princípio da autonomia desportiva, e, com base nas justificativas apresentadas nos projetos de lei, avaliar se esse princípio pode ser ponderado para atender outros interesses estatais.

O art. 217 da Constituição Federal estabelece o dever do Estado de fomentar a prática dos desportos no país, devendo ser observada a autonomia das entidades desportivas dirigentes quanto a sua organização e funcionamento. O modo como o dispositivo trata a autonomia desportiva, lhe dá status de princípio. Nas palavras de Androtti:

[...]a grande importância da Autonomia, como meio de proteção e garantia da atividade esportiva, salientando que não se trata de uma lei, mas sim de princípio, com grande superioridade e eficácia em relação à legislação ordinária, devendo o mesmo ser respeitado e aplicado sempre em favor das entidades desportivas que, em nosso país, assumem uma característica tipicamente jus privatista, afastando-se assim o predadorismo do Estado.⁵⁴

De acordo com Carlos Ari Sunfeld princípios são “idéias centrais de um sistema, ao qual dão sentido lógico, harmonioso, racional, permitindo a compreensão de seu modo de se organizar-se”.⁵⁵ Os princípios, portanto, são ideias que sustentam e norteiam determinado sistema. Logo, a autonomia das entidades desportivas deve ser observada no fomento da prática desportiva, não devendo sofrer restrições ao seu exercício sem que haja razão substancial para tanto.

Ao impor um modelo específico de comercialização dos direitos de transmissão, independente de qual seja, o Estado fere a autonomia da entidade desportiva uma vez que restringe a capacidade do clube de decidir como comercializar sua principal receita financeira, que impacta, em média, 40% do seu orçamento anual. Ao tomar essa decisão pelo clube, o Estado acaba, conseqüentemente, intervindo indiretamente na sua organização e funcionamento.

Porém, como princípio, a autonomia da entidade desportiva pode ser ponderada para atender outros interesses públicos. Nas palavras de Goulart Júnior “[...] a autonomia não é um fim em si mesmo, nem é ilimitada: não exime o Estado do dever de traçar e implementar

⁵⁴ ANDROTTI, Leonardo. O Princípio da Autonomia Constitucional Desportiva. **IBDD**, 10 abr. 2013. Disponível em: <<http://ibdd.com.br/o-principio-da-autonomia-constitucional-desportiva/>>. Acesso em: 10 dez. 2018.

⁵⁵ SUNDFELD, Carlos Ari. **Licitação e Contrato Administrativo**, 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1995, p. 18.

políticas de desenvolvimento do desporto”.⁵⁶ Por este motivo, é imprescindível examinar as justificativas trazidas nos projetos de lei mencionados no capítulo anterior, e avaliar se estas são suficientes para justificar uma intervenção legislativa que restrinja a autonomia das entidades desportivas.

Com exceção do Projeto de Lei 68/2017, que apenas dá diretrizes sobre a comercialização dos direitos de transmissão, todas as outras propostas legislativas analisadas no capítulo anterior visam impor um modelo coletivo de comercialização dos direitos de transmissão entre os clubes.

A justificativa expressa nesses projetos de lei é “a preservação de um equilíbrio mínimo competitivo” entre os clubes no campeonato nacional. Contudo, nenhuma das justificativas dos projetos de lei trouxe dados para fundamentar que, de fato, o modelo individual seja nocivo para o equilíbrio competitivo do campeonato nacional, de forma a demonstrar a necessidade de uma intervenção legislativa.

A premissa adotada pelos projetos, de que o modelo de comercialização individual é nocivo a competitividade, não se mostra verdadeira no Brasil. Durante o período de 2012-2018, era de comercialização individual, foram realizadas 7 edições do campeonato nacional onde 4 equipes se sagraram campeãs e nenhuma delas acumulou mais que dois títulos nacionais. Nos 7 anos anteriores à transição do modelo de comercialização, da mesma maneira 4 equipes se sagraram campeãs e um clube acumulou três títulos nacionais.

Dessa forma, apesar do modelo de comercialização individual representar uma disparidade na distribuição de receitas entre os clubes, o que em tese poderia diminuir o equilíbrio competitivo no campeonato, não foi possível verificar na prática uma perda de competitividade na liga brasileira.

Isso ocorre não só pela imprevisibilidade inerente ao esporte, onde os clubes estão sujeitos a lesões e expulsões de atletas, erros de arbitragem e diversas outras situações que podem influenciar no resultado das partidas, mas principalmente pela má gestão dos grandes clubes que não são capazes de transformar a superioridade nas receitas financeiras em hegemonia dentro dos gramados.

⁵⁶ GOULART JÚNIOR, Gilson João. **Autonomia constitucional das entidades desportivas** – dirigentes e associações. Monografia (Especialização em Direito). Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, 2003. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/45249/M274.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23 nov. 2018.

Contudo, ainda que ficasse constatada uma perda de competitividade, este elemento não deve receber status de bem jurídico tutelável pelo Estado e não é suficiente para justificar eventual restrição à autonomia dos clubes. Isto porque o dever do Estado para com o esporte é de fomentar sua atividade, estimulando a prática recreativa do desporto como forma a promover a inclusão social, o lazer e a qualidade de vida aos cidadãos. Nas palavras de Danilo Gomes:

Uma das grandes inovações do dispositivo constitucional é o sentido amplo de que o esporte não se limita apenas à prática esportiva convencional, mas agrega a prática recreativa, de lazer e de divertimento, o que o coloca no rol dos direitos sociais, tipificado no artigo 6º da Constituição Federal.⁵⁷

No mesmo sentido, o constitucionalista Uadi Lammêgo Bulos afirma: “O subsistema constitucional do desporto visa à integração social do homem (Art. 217 da CF). Sua palavra de ordem é educar pelo esporte”.⁵⁸ Dessa maneira, a função do esporte no dispositivo constitucional está relacionada à integração do cidadão no meio social e da promoção de sua qualidade de vida, não competindo ao Estado a prerrogativa de estimular a competitividade em ligas profissionais – em que tanto as associações organizadoras quanto os clubes participantes são sujeitos de direito privado –, ainda que tal elemento seja desejável tanto para o campeonato, quanto para o público.

Dessa forma, as justificativas expressas nos projetos de lei apresentados não se demonstram suficientes para fundamentar tamanha restrição da autonomia das entidades desportivas. Para que o princípio da autonomia da entidade desportiva seja respeitado, a iniciativa para a mudança do modelo de comercialização dos direitos de transmissão deve partir dos clubes, ainda que exista um claro conflito de interesses entre os clubes mais populares e os de menor torcida. Logo, qualquer projeto de lei que imponha um modelo de comercialização dos direitos de transmissão aos clubes fere a autonomia das entidades desportivas, e, por isso, deve ser considerado inconstitucional.

⁵⁷ GOMES, Danilo Araújo. **O desporto e a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 – contribuição ao estudo do Direito Desportivo**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Direito). Faculdade Anhanguera, São Paulo, 2010. p.15

⁵⁸ BULOS, Uadi Lammêgo. **Direito Constitucional ao Alcance de Todos**. São Paulo: Saraiva 2009, p. 593.

7. CONCLUSÃO

O direito de transmissão, ou direito de arena, diz respeito à prerrogativa exclusiva da sociedade desportiva de autorizar a reprodução de seus jogos através da cessão onerosa ou gratuita desse direito a terceiros. Dessa forma, tais direitos podem ser comercializados de forma coletiva, onde todos os clubes que atuam no campeonato vendem seus direitos de transmissão relativos àquele campeonato de forma unificada, como um produto único, ou de maneira individual, onde cada clube negocia seus direitos de transmissão de forma independente às outras equipes que atuam no campeonato.

Enquanto o modelo individual concede aos clubes plena liberdade para negociar seus direitos de transmissão e, conseqüentemente, vendê-los pela quantia considerada justa e razoável, o modelo coletivo (centralizado) fomenta o equilíbrio na distribuição de receitas, o que pode tornar o campeonato mais competitivo.

A experiência internacional aponta que a adoção do modelo coletivo de comercialização tem sido tendência entre as principais ligas de futebol do mundo. Isto porque este modelo é capaz de maximizar o crescimento do valor total auferido através da venda dos direitos de transmissão, e pode, simultaneamente, potencializar a competitividade do torneio em disputa.

A grande polêmica acerca do tema se inicia ao discutir o papel do Estado na decisão do modelo a ser adotado. Nos países onde houve uma intervenção estatal, Itália e Espanha, a transição do modelo individual para o modelo centralizado foi marcada pela forte participação dos órgãos antitruste e pela mudança de posicionamento das autoridades.

No Brasil, a transição do modelo coletivo para o individual resultou em grande disparidade financeira entre dois clubes de maior torcida no país e os demais clubes. Isto resultou em processos administrativos no órgão antitruste brasileiro e projetos legislativos apresentados no Congresso Nacional.

Quanto a posição da autoridade antitruste brasileira, fica claro o entendimento de que sua competência quanto autarquia diz respeito à análise da competição no mercado de oferta de bens e serviços, não se aplicando à competição intrínseca a modalidade esportiva. O CADE ainda ressalta que a imposição de um modelo específico de comercialização contraria o princípio da livre iniciativa.

Os projetos legislativos que versam sobre o tema, com exceção ao anteprojeto de lei geral do esporte – que é pouco incisivo sobre a questão –, ferem o princípio constitucional da

autonomia das entidades desportivas ao limitarem capacidade das entidades de decidir sobre o modo de comercialização de sua principal receita financeira.

A principal conclusão deste trabalho é atestar que independente do modelo que se julgue ser o mais adequado para o cenário do futebol brasileiro, a iniciativa para a adoção de um novo modelo de comercialização dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro deve partir dos clubes, e qualquer projeto de lei que imponha um modelo de comercialização dos direitos de transmissão aos clubes é inconstitucional por restringir o princípio constitucional da autonomia das entidades desportivas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988

BRASIL. **Lei nº 5.988**, de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5988.htm>. Acesso em: out. 2018.

BRASIL. **Lei nº 8.672**, de 6 de Julho de 1993. Institui normas gerais sobre desportos e dá outras providências. Disponível em : <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1993/lei-8672-6-julho-1993-349784-norma-pl.html>>. Acesso em: out. 2018

BRASIL. **Lei nº 9.615**, de 24 de março de 1998. Institui normas gerais sobre desporto e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9615consol.htm>. Acesso em: out. 2018

ALEIXO, Fabio. Globo registra maior audiência do Campeonato Brasileiro em 11 anos. **Folha de São Paulo**, Portal Online, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2017/12/1940895-globo-registra-maior-audiencia-do-campeonato-brasileiro-em-11-anos.shtml>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

ALMEIDA, Napoleão de. Atlético-PR exhibe clássico no YouTube sem autorização, e sinal é derrubado. **UOL**, Curitiba, 08 abr. 2018. Disponível em: <<https://esporte.uol.com.br/futebol/campeonatos/paranaense/ultimas-noticias/2018/04/08/sem-acordo-com-globo-e-coritiba-atletico-pr-transmite-jogo-no-youtube.htm>>. Acesso em: 08 nov. 2018.

ANDROTTI, Leonardo. O Princípio da Autonomia Constitucional Desportiva. **IBDD**, 10 abr. 2013. Disponível em: <<http://ibdd.com.br/o-principio-da-autonomia-constitucional-desportiva/>>. Acesso em: 10 dez. 2018.

BARBOSA JÚNIOR, José Carlos Silveira; SIMÕES, Rafael Augusto. Negociação de direitos televisivos no futebol: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa. Textos para discussão 229, **Senado Federal, Consultoria Legislativa**, Brasília, 2017. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/529029>> Acesso em: out de 2018

BARROSO, Luis Roberto. A ordem econômica constitucional e os limites à atuação estatal no controle de preços. **Revista de Direito Administrativo**, São Paulo, v. 226, n. 1, p.187-212, 2001.

BLANCO, Vera Sopena; CASADO, Javier Salinas. Autoridades de competencia y derechos audiovisuales del fútbol en España: regulación, supervisión y especulación. **Actas de derecho industrial y derecho de autor**, n. 35, p. 265-287, 2014.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei PL 2019/2011**. Dispõe sobre a regulamentação da venda dos direitos de transmissão de jogos de futebol do campeonato brasileiro pela televisão. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=515563>>. Acesso em: 7 dez. 2018.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei PL 7681/2014**. Acrescenta dispositivos ao artigo 42 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para dispor sobre a distribuição dos recursos oriundos da comercialização dos direitos de transmissão de imagem de eventos esportivos. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=618506>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

BRASIL. Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE. Voto do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11. Relator: César Costa Alves de Mattos. Brasília, 2010.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei do Senado PLS 68/2017**. Institui a Lei Geral do Esporte. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/128465>>. Acesso em: 05 dez. 2018.

BULOS, Uadi Lammêgo. **Direito Constitucional ao Alcance de Todos**. São Paulo: Saraiva 2009.

CRISAFULLI, Felipe Augusto Loschi; ANJOS, Leonardo Fernandes dos. O critério de solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro. **Revista de Defesa de Concorrência**, São Paulo, v. 3, n. 2, p.156-179, nov. 2015.

ESPORTE rejeita negociação coletiva de cotas de transmissão dos campeonatos de futebol. **Câmara dos Deputados**, Notícias, 30 nov. 2017. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ESPORTES/550040-ESPORTE-REJEITA-NEGOCIACAO-COLETIVA-DE-COTAS-DE-TRANSMISSAO-DOS-CAMPEONATOS-DE-FUTEBOL.html>>. Acesso em: 13 dez. 2018.

GOMES, Danilo Araújo. **O esporte e a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 – contribuição ao estudo do Direito Desportivo**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Direito). Faculdade Anhanguera, São Paulo, 2010.

GOULART JÚNIOR, Gilson João. **Autonomia constitucional das entidades desportivas – dirigentes e associações**. Monografia (Especialização em Direito). Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, 2003. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/45249/M274.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23 nov. 2018.

HEINEN, Juliano. Direito de arena. **Revista Eletrônica do Ibpi**, n. 10, p.116-133, 2014.

ITAU BBA. **Análise Econômico-Financeira dos Clubes Brasileiros de Futebol**. São Paulo, 2017. Disponível em:

<https://www.itau.com.br/_arquivosstaticos/itauBBA/Analise_Clubes_Brasileiros_Futebol_I_tau_BBA.pdf>. Acesso em: 03 out. 2019.

LEISTER FILHO, Adalberto. Clubes espanhóis devem R\$ 1,3 bi ao governo. **UOL**, Máquina do Esporte, São Paulo, 08 out. 2014. Disponível em: <https://maquinadoesporte.uol.com.br/artigo/clubes-espanhois-devem-r-13-bi-ao-governo_27237.html>. Acesso em: 08 out. 2014.

LEITE JUNIOR, Emanuel. A equidade na divisão dos direitos de TV da Premier League. **Portal Vermelho**, 05 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.vermelho.org.br/noticia/297836-1>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

LEITE JUNIOR, Emanuel. O novo modelo de "cotas" da Globo: um avanço estagnante. **Portal vermelho**. Disponível em: <http://www.vermelho.org.br/noticia/o_novo_modelo_de_cotas_da_globo_um_avanco_estagnante/294879-392>. Acesso em: 08 dez. 2018.

LIMA NETO, João Duque Correia. Distinções entre o direito de Arena e o direito à imagem do atleta de futebol. **Conteúdo Jurídico**, 09 jul 2015. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/44743/distincoes-entre-o-direito-de-arena-e-o-direito-a-imagem-do-atleta-de-futebol>>

MONACO, Luis Augusto. Premier League fechará novo mega contrato de direitos de tevê nesta quinta-feira. **Carta Capital**, Chuteira F.C., 06 fev. 2018. Disponível em: <<http://chuteirafc.cartacapital.com.br/premier-league-novo-contrato-teve/>>. Acesso em: 07 dez. 2018.

MOREIRA, Daniela. Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco rompem com Clube dos 13. **Exame**, 23 fev. 2011. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/botafogo-flamengo-fluminense-e-vasco-rompem-com-clube-dos-13/>>. Acesso em: 2 dez. 2018.

MOREIRA, Daniela. Para Globo, modelo de divisão das cotas de TV é positivo para o futebol. **Portal Folha de S. Paulo**, São Paulo, 30 ago. 2015. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2015/08/1675465-para-globo-modelo-de-divisao-das-cotas-de-tv-e-positivo-para-o-futebol.shtml>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

NA INGLATERRA, pequeno ganha 63% do dinheiro de TV do United; no Brasil, Chape leva só 19% do Fla. **Portal ESPN**, 17 maio 2018. Disponível em: <http://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/4315561/na-inglaterra-pequeno-ganha-63-do-dinheiro-de-tv-do-united-no-brasil-chape-leva-so-19-do-fla>. Acesso em: 07 dez. 2018.

PAIS, José Pedro. G15 – A Revolução do futebol português?. **Zerozero.pt**, Portugal, 21 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.zerozero.pt/coluna.php?id=917>>. Acesso em: 08 dez. 2018.

PINTO, Gustavo Bicharra. **Análise do modelo de negociação dos direitos televisivos de transmissão do futebol**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC Rio, Rio de Janeiro, 2011.

POPULAÇÃO nacional prefere Brasileirão à Copa do Mundo. **Portal Terra**, 13 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/populacao-nacional-prefere-brasileirao-a-copa-do-mundo,8d3e97ae24ba71667e8247a9117445e46a9owuve.html>>. Acesso em: 03 out. 2019.

PROCHNIK, Luisa. O futebol na telinha: a relação entre o esporte mais popular do Brasil e a mídia. **Revista Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória, 13-15 maio 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-1397-1.pdf>>. Acesso em: 03 out. 2019.

REDENÇÃO à vista. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 916, p. 36-41, 18 dez. 1987.

REIS, Sérgio Lourenço Bezerra Ferreira; ASSAFIM, João Marcelo de Lima. **A regulação pro-concorrencial do setor televisivo: análise do segmento de transmissão esportiva**. Tese de mestrado em Direito. Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2009.

RINALDI, Wilson. Futebol: Manifestação cultural e ideologização. **Revista da Educação Física/UEM**, Maringá, v. 11, n. 1, p. 167-172, 2000. Disponível em: <<http://eduem.uem.br/ojs/index.php/RevEducFis/article/view/3804/2618>>. Acesso em: 03 out. 2019.

SANTOS, Anderson David Gomes Dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista EPTIC Online**, v. 15, n. 3, p. 205-215, 2013.

SIMÕES, Luís Miroto. Direitos televisivos: Portugal tem a maior disparidade do top-20 das ligas europeias. **Record**, 16 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.record.pt/internacional/detalhe/direitos-televisivos-portugal-tem-a-maior-disparidade-do-top-20-das-ligas-europeias>>. Acesso em: 03 dez. 2018.

SOARES, Jorge Miguel Acosta. **Direito de imagem e direito de arena no contrato de trabalho do atleta profissional**. São Paulo: Editora LTR, 2008.

SUNDFELD, Carlos Ari. **Licitação e Contrato Administrativo**, 2ª ed. São Paulo: Malheiros, 1995.

VALLE, Emmanuel do. [25 anos da Premier League] Como o dinheiro da TV foi chave para a criação da nova liga. **Trivela**, 14 ago. 2017. Disponível em: <<https://trivela.com.br/25-anos-de-premier-league-como-o-dinheiro-da-tv-foi-chave-para-a-criacao-da-nova-liga/>>. Acesso em: 02 dez. 2018.

VIEIRA, Cido. Confira quantos jogadores cada equipe utilizou na campanha do Brasileirão 2018. **Torcedores**, 16 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2018/12/brasileirao-lista-de-jogadores-utilizados>>. Acesso em: 03 out. 2019.

VIVA o futebol. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 902, p. 18-22, 17 set. 1987.

ZIRPOLI, Cassio. As cotas de TV no Brasileiro de 2006 a 2017, com Fla, Sport, Náutico e Santa. **Diário de Pernambuco**, Esportes, 17 jan. 2017. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2017/01/17/as-cotas-de-tv-no-brasileiro-de-2006-a-2017-com-fla-sport-nautico-e-santa/>>. Acesso em: 17 dez. 2018.