

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

RAFAEL DA SILVA SABEDRA

**UMA ANÁLISE DA ECONOMIA DO FUTEBOL SOB A ÓTICA DOS DIREITOS DE
TRANSMISSÃO NO BRASIL E NA INGLATERRA**

**Porto Alegre
2017**

RAFAEL DA SILVA SABEDRA

**UMA ANÁLISE DA ECONOMIA DO FUTEBOL SOB A ÓTICA DOS DIREITOS DE
TRANSMISSÃO NO BRASIL E NA INGLATERRA**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Marley Modesto Monteiro

**Porto Alegre
2017**

CIP - Catalogação na Publicação

Sabedra, Rafael da Silva

Uma análise da economia do futebol sob a ótica dos direitos de transmissão no Brasil e na Inglaterra / Rafael da Silva Sabedra. -- 2017.

98 f.

Orientador: Sérgio Marley Modesto Monteiro.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Economia do esporte. 2. Economia do futebol. 3. Campeonato Brasileiro. 4. Premier League. 5. Direitos de transmissão. I. Monteiro, Sérgio Marley Modesto, orient. II. Título.

RAFAEL DA SILVA SABEDRA

**UMA ANÁLISE DA ECONOMIA DO FUTEBOL SOB A ÓTICA DOS DIREITOS DE
TRANSMISSÃO NO BRASIL E NA INGLATERRA**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Sérgio Marley Modesto Monteiro – Orientador
UFRGS

Prof. Dr. Júlio Cesar de Oliveira
UFRGS

Prof. Dr. Sabino da Silva Pôrto Júnior
UFRGS

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul pelo ensino de excelência que me foi ofertado.

Aos professores, desde os tempos de Bagé, por todos os ensinamentos compartilhados durante esses anos.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Sérgio Monteiro, pela disponibilidade, por ter despertado o interesse de fazer um trabalho sobre futebol em uma aula de microeconomia e, principalmente, pela generosidade de compartilhar seus conhecimentos, fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos membros da banca, Prof. Dr. Júlio Cesar de Oliveira e Prof. Dr. Sabino Pôrto Júnior, por prontamente aceitarem o convite de auxiliar nesta etapa.

Aos amigos de FCE, Bernhard Schlee, Filipe Buchholz, Marco Kubiack, Neto Martini e Régis Bécker, por todas as conversas, discussões, muitas risadas e apoio nos momentos difíceis. Sem vocês, essa jornada não seria a mesma coisa.

A dois amigos em especial: Guilherme Piazza, vulgo Guiggs, e Maicon Madruga, que são as pessoas com quem mais converso sobre futebol e compartilham muitas das minhas ideias futebolísticas, mesmo as mais inusitadas sobre o esporte bretão.

À todas as pessoas que foram importantes nessa trajetória em momentos distintos.

Aos meus irmãos, Lisandra e Joe que, mesmo distantes, nunca deixaram de ofertar seu apoio e motivação para lutar por todos os meus sonhos.

Ao meu pai, Adão de Leon Sabedra (*in memoriam*) que, mesmo estando presente por apenas nove anos e dez meses, propiciou as bases econômicas para meu desenvolvimento e manutenção como estudante, sendo fundamental para chegar até aqui. Espero que esteja feliz com o caminho trilhado até hoje.

À minha mãe, Noemia Guterres da Silva, a pessoa mais importante nessa caminhada, por todo o apoio, dedicação, esforço, incentivo, sacrifício e suporte. Serei um eterno devedor por tudo que fizeste por mim desde o dia 23 de julho de 1991 e por tudo que continuará fazendo por mim, sempre.

“O esporte, para quem desfruta dele, é amor à forma, um espetáculo que não transcende o corporal, o sensorial e a emoção instantânea que, à diferença do que ocorre por exemplo com um livro e com um drama, apenas deixa marcas na memória e não afeta em nada o conhecimento, nem para enriquecê-lo e nem para deteriorá-lo. Nisso está o seu encanto: em ser emocionante e vazio. Por isso podem gozar do futebol, por igual, o inteligente e o tonto, o culto e o inculto. Agora basta, chegou o Rei, saíram as equipes, declarou-se inaugurado o Mundial, a partida começa. Chega de escrever. Vamos nos divertir um pouco.”

(LLOSA, 1982)

RESUMO

O futebol é o principal esporte do planeta no quesito popularidade e o Brasil tem um papel de protagonismo neste cenário. Entretanto, o futebol brasileiro carece de uma direção mais profissional, especialmente no que diz respeito à gestão das equipes. Esse trabalho tem como objetivo fazer uma análise comparativa do futebol no Brasil com a principal liga nacional do planeta, a *Premier League*, na Inglaterra, país que igualmente está na história do futebol e que viveu momentos de declínio em suas competições nacionais. O estudo da economia do futebol nessas duas realidades, a brasileira e inglesa, será realizado por meio do enfoque nos direitos de transmissão que, aqui e lá, são fundamentais para o desenvolvimento de suas equipes e da própria expansão da competição como um todo. Observa-se que, apesar de as altas cifras desembolsadas pelas emissoras serem importantes em ambas as ligas, há muitas diferenças no que diz respeito à forma com que tais recursos são geridos e à importância que têm para os clubes. O estudo mostra que há maior dependência dos clubes brasileiros do que dos clubes ingleses em relação a esses recursos.

Palavras-chave: Economia do esporte. Economia do futebol. Premier League. Campeonato Brasileiro. Direitos de transmissão.

ABSTRACT

There is no doubt that football is the main sport of the planet in terms of popularity and that Brazil plays a leading role in this scenario. However, our football needs a more professional analysis, especially when it comes to team management. In order to do a study about brazilian football, we have chosen to carry out a comparative analysis with the world's most important national league, the *Premier League*, in England, a country that is also in the history of football and has experienced moments of decline in its Competitions. The study of the economics of football in these two realities, a brazilian and english, is carried out through the focus of broadcasting rights, here and there, are fundamental for the development of their teams and the expansion of competition as a whole. It is noted that while the high numbers paid by broadcasters are important in both leagues, there are many differences as to how these resources are managed and how important they are to clubs. The study shows that there is more dependence on brazilian clubs than on english clubs in relation to these resources.

Keywords: Sports economics. Football economics. Premier League. Brazilian League. Broadcasting rights.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A transformação do esporte em quatro modelos	29
Figura 2 - Ciclo de desempenho entre resultados esportivos e ganhos econômicos	58
Figura 3 - Número de jogadores estrangeiros na Premier League por nacionalidade	66
Figura 4 - Jogadores estrangeiros por equipe na temporada 2016-2017 da Premier League	67
Figura 5 - Receitas em valores nominais do Palmeiras separadas por fontes entre 2012 e 2016 em milhões de Reais (R\$)	86

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Custo por hora da grade de programação da Rede BBC no período 2003/2004	23
Gráfico 2 - Receitas anuais com a venda dos Direitos de Transmissão da Premier League entre 2007 e 2019 em milhões de Libras (£)	46
Gráfico 3 - Rateio dos Direitos de Transmissão (Reino Unido) para os participantes da Premier League	48
Gráfico 4 - Fontes de receita dos nove clubes mais ricos da Premier League e a média dos vinte clubes na temporada 2014-2015	56
Gráfico 5 - Relação entre performance e salários no período entre 2003 e 2012 dos times da Premier League e Championship	59
Gráfico 6 - Relação entre gastos com salários e pontuação no final da Premier League no período entre 1995 e 2016	60
Gráfico 7 - Receitas anuais do Chelsea no período entre 2011 e 2015, em milhões de euros.	63
Gráfico 8 - Relação entre salários e desempenho do Manchester City no período de 1958 a 2013	64
Gráfico 9 - Receitas do Manchester City entre 2011 e 2015, em milhões de euros. .	65
Gráfico 10 - Percentual de jogadores estrangeiros nas cinco principais ligas europeias entre 1985-1986 e 2015-2016.	68
Gráfico 11 - Fontes de receitas dos clubes brasileiros no período entre 2010 e 2016, em milhões de Reais (R\$) - em valores nominais.	80
Gráfico 12 - Percentual representado pelos direitos de transmissão nas receitas dos clubes brasileiros entre 2003 e 2016	82
Gráfico 13- Concentração das receitas dos direitos de transmissão dos 12 maiores clubes do Brasil em 2015 e 2016	83
Gráfico 14 - Receitas em valores nominais dos direitos de transmissão no Campeonato Brasileiro de 2016, em milhões de Reais	84
Gráfico 15 - Percentual dos direitos de transmissão nas receitas dos clubes brasileiros em 2016	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Países com transmissão dos Jogos Olímpicos de Verão entre 1948 e 2016.	17
Tabela 2 - Distribuição dos Direitos de Transmissão em valores nominais e reais dos Jogos Olímpicos no período de 1960 a 2016.....	19
Tabela 3 - Distribuição dos Direitos de Transmissão em valores nominais e reais da Copa do Mundo no período entre 1978 e 2014.....	21
Tabela 4 - Custo de uma propaganda de 30 segundos na TF1 durante a Copa do Mundo de 2002 em Euros (€).....	26
Tabela 5 - Audiência francesa na TF1 durante a Copa do Mundo de 2002.....	27
Tabela 6 - Audiência francesa na TF1 durante a Copa do Mundo de 1998.....	27
Tabela 7 - Presença de público total e por divisão nas divisões inglesas em valores agregados e percentuais no período entre 1929 e 1989.....	43
Tabela 8 - Receitas anuais com a venda dos Direitos de Transmissão da Premier League entre 1993 e 2007 em milhões de Libras (£) – valores nominais.....	45
Tabela 9 - Lista de países e emissoras detentoras dos direitos de transmissão da Premier League entre 2016-2017 e 2018-2019.....	47
Tabela 10- Rateio dos Direitos de Transmissão da Premier League em valores nominais na temporada 2015-2016, em milhões de Libras esterlinas.....	49
Tabela 11- Rateio dos Direitos de Transmissão da Premier League na temporada 2016-2017.....	50
Tabela 12 - 10 jogadores mais midiáticos da temporada 2014-2015 segundo a abordagem MERIT.....	52
Tabela 13 - 10 treinadores mais midiáticos da temporada 2014-2015 segundo a abordagem MERIT.....	52
Tabela 14 - Público médio e taxa de ocupação dos estádios ingleses na edição 2015-2016 da Premier League.....	55
Tabela 15 - Gastos anuais com salários nas temporadas 2015-2016 da Premier League e a variação no período.....	61
Tabela 16 - Investimentos do Chelsea com transferências, salários e seus resultados operacionais no período entre 2003 e 2012, em milhões de euros.....	62
Tabela 17 - Número de escalações titulares sem ingleses na Premier League até fevereiro de 2017.....	67

Tabela 18 - Emissoras de TV aberta detentoras dos Direitos de Transmissão do Campeonato Brasileiro entre 1987 e 2017	74
Tabela 19 - Países de origem dos atletas estrangeiros nas ligas internacionais em 2015.	81

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMEA	–	Associação Metropolitana de Esportes Atléticos
BBC	–	British Broadcasting Channel
BSkyB	–	British Sky Broadcasting Group
C13	–	Clube dos 13
CADE	–	Conselho Administrativo de Defesa Econômica
CBD	–	Confederação Brasileira de Desportos
CBF	–	Confederação Brasileira de Futebol
COI	–	Comitê Olímpico Internacional
CONMEBOL	–	Confederacion Sudamericana de Fútbol
FA	–	Football Association
FAPL	–	Football Association Premier League
FIFA	–	Fédération Internationale de Football Association
FL	–	Football League
FOM	–	Formula One Management
GLT	–	Goal Line Technology
GP	–	Grand Prix
HBS	–	Host Broadcaster Services
IFAB	–	International Football Association Board
IOC	–	International Olympic Committee
ITV	–	Independent Television
LMDT	–	Liga Metropolitana de Desportos Terrestres
MERIT	–	Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible
Talent		
NBC	–	National Broadcasting Channel
OBS	–	Olympic Broadcasting System
RBH	–	Rights Holding Broadcasters
SBT	–	Sistema Brasileiro de Televisão
SDE	–	Secretaria de Direito Econômico
TF1	–	Television Française 1
TOP	–	The Olympic Partner
TVA	–	Televisão Abril
UEFA	–	Union of European Football Associations
VAR	–	Video Assistant Referees

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	O ESPORTE COMO FORMA DE ENTRETENIMENTO.....	16
2.1	A DEMANDA PELOS ESPORTES NA TELEVISÃO	16
2.2	O CUSTO DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS	24
2.3	AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS.....	28
2.4	A TECNOLOGIA A SERVIÇO DO ESPORTE	34
3	FUTEBOL INGLÊS E A <i>PREMIER LEAGUE</i>	38
3.1	ORIGEM E DESENVOLVIMENTO	38
3.2	CRISES ANTERIORES À <i>PREMIER LEAGUE</i> – OS ANOS 1980.....	41
3.3	<i>PREMIER LEAGUE</i> E OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO.....	44
3.4	GESTÃO E CAPTAÇÃO DOS RECURSOS NA <i>PREMIER LEAGUE</i>	54
3.5	PERFORMANCE E OS GASTOS COM ATLETAS NA <i>PREMIER LEAGUE</i> ..	57
3.6	CHELSEA E MANCHESTER CITY: O PODER DO DINHEIRO	61
3.7	A <i>PREMIER LEAGUE</i> E A INTERNACIONALIZAÇÃO DOS ATLETAS	65
4	OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL.....	69
4.1	ORIGENS DO FUTEBOL BRASILEIRO	69
4.2	AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO BRASIL ATÉ 2011	72
4.3	OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO E AS FINANÇAS DAS EQUIPES BRASILEIRAS.....	79
5	CONCLUSÃO.....	88
	REFERÊNCIAS.....	93

1 INTRODUÇÃO

A popularidade do futebol faz com que sua indústria seja a maior no segmento esportivo. De acordo com Del Barrio (2016), as receitas totais geradas pelo futebol em 2015 foram de, aproximadamente, 80 bilhões de dólares. Para Deloitte (2015), na temporada 2013-2014, as receitas das cinco principais ligas europeias¹ foram de 11 bilhões de euros. No futebol sulamericano, temos o futebol brasileiro como o mercado mais valioso. Segundo BDO (2016), os 34 clubes mais valiosos do Brasil estão avaliados em, aproximadamente, 10 bilhões de reais, um crescimento de mais de 75% se comparado com os dados de 2012 da pesquisa.

Entretanto, a economia do esporte no Brasil ainda é pouco abordada sob o aspecto acadêmico, especialmente no campo da ciência econômica, mesmo sendo o futebol um esporte tão popular no país. Talvez os esportes, em especial o futebol, tenham sido vítimas de um certo desdém por parte da academia, possivelmente por uma crença de que não sejam suficientemente importantes para serem avaliados academicamente. Essa crença, se existente, mostra-se equivocada, principalmente se analisarmos a literatura europeia e americana e europeia sobre a economia do esporte, bastante consolidada e com uma ampla base de dados para vários esportes.

O objetivo deste trabalho é estudar a economia do futebol a partir do momento em que as transmissões esportivas passam a ganhar importância nas receitas dos clubes, que é datado a partir da década de 1990, especialmente na Inglaterra com o surgimento da *Premier League*, com o mercado dos direitos de transmissão no Brasil avançando posteriormente, além de explorar um campo cuja pesquisa acadêmica brasileira é praticamente inexistente, que é sobre a presença da televisão no futebol por meio dos direitos de transmissão, que são os valores pagos pelas emissoras aos clubes para transmitir as partidas de uma determinada competição, sendo a principal fonte de receita de grande parte das equipes no mundo e constituído uma verdadeira transformação na forma em que a sociedade consome o futebol.

O trabalho apresenta três capítulos além da introdução e da conclusão. O segundo capítulo procura fazer uma abordagem mais ampla do esporte enquanto

¹ Alemanha, Espanha, França, Inglaterra e Itália.

forma de entretenimento, mostrando a evolução da demanda pelos esportes na televisão nos Jogos Olímpicos de verão e na Copa do Mundo de futebol, que são os dois principais eventos esportivos do planeta. Essa evolução da demanda por esportes foi obtida pelo avanço tecnológico, encurtando distâncias e facilitando as comunicações e, também, pelo seu crescimento econômico, que proporcionou ganhos para o esporte e para a televisão. Por outro lado, o capítulo aborda a questão dos custos para as emissoras transmitirem grandes eventos que, assim como as receitas, evoluíram consideravelmente nas últimas décadas, obrigando-as a oferecerem um produto cada vez mais sofisticado. Destaca, também, o processo de evolução tecnológica, que proporciona aos telespectadores a sensação de estar dentro da disputa, fazendo com que nenhum detalhe seja perdido dos grandes eventos, por meio de transmissões adaptadas para cada modalidade.

No terceiro capítulo, o trabalho avança na análise da economia do futebol sob a ótica dos direitos de transmissão por meio do futebol inglês, o mais estudado pela academia, além de ser palco da competição futebolística mais rica do planeta. Inicialmente, buscou-se fazer uma pequena reconstituição histórica, para mostrar os primórdios do futebol inglês que, basicamente, foram os primórdios do futebol, por meio da implantação das primeiras regras e da formação de ligas. Posteriormente, foi feita uma abordagem sobre a década de 1980, que foi um período de declínio no futebol inglês dentro dos gramados e fora deles, simbolizados pela tragédia de Heysel. No entanto, o declínio da década de 1980 transformou-se no avanço dos anos 1990, em especial pelo surgimento de uma nova liga em 1992, a *Premier League*, que verdadeiramente transformou o mercado do futebol inglês, em grande parte graças à televisão. Os volumosos contratos televisivos proporcionaram a captação de novos recursos, principalmente externos, transformando a *Premier League* na liga local mais atrativa para os adeptos do futebol em todos os cantos do planeta. Por fim, o capítulo faz uma análise mais específica em dois clubes, Chelsea e Manchester City, comprados por empresários, para mostrar o poder do dinheiro na competição e a verdadeira revolução que ambos sofreram nos últimos anos, deixando de ser clubes populares, mas sem competitividade, para tornarem-se equipes mundiais, com verdadeiras seleções internacionais de atletas.

No quarto capítulo, procura-se fazer um paralelo entre a *Premier League* e a realidade do futebol brasileiro, sabedores que há uma considerável diferença entre

as competições e uma grande limitação no que diz respeito às pesquisas sobre o futebol no Brasil. O capítulo inicia abordando os primeiros passos do futebol brasileiro, desde seu início com o inglês Charles Miller, passando pelo surgimento da televisão esportiva brasileira, com eventos marcantes como a Copa do Mundo de 1970 e o crescimento do futebol enquanto atividade econômica para as televisões. Neste ponto do trabalho, optou-se por fazer uma análise até o ano de 2011, que foi simbólico na relação entre clubes e emissoras, devido às polêmicas que cercaram o edital de renovação dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro para 2012, 2013 e 2014, com a geração de um novo perfil de negociações para a aquisição dos direitos de transmissão. Por último, procura-se fazer uma análise da evolução das receitas dos clubes brasileiros, mostrando suas fontes de receitas e evidenciando o impacto financeiro que a televisão exerce no futebol brasileiro.

2 O ESPORTE COMO FORMA DE ENTRETENIMENTO

Por trás de um grande show musical, há uma grande estrutura que proporciona a realização do espetáculo. O mesmo ocorre nos esportes, nos quais as transmissões envolvem um grande aparato por trás das câmeras, necessário para que os telespectadores possam usufruir de um produto qualificado que não fique devendo em nada para quem acompanha os esportes *in loco*.

O esporte enquanto entretenimento foi crucial na expansão de sua base de fãs em todos os cantos do planeta, além de possibilitar às pessoas a chance de deixar as competições, das mais às menos populares, seja onde for, à distância de um controle remoto, algo impensável décadas atrás. Para encurtar essas distâncias, as transmissões esportivas demandaram grandes avanços tecnológicos, que foram aplicados não somente nos esportes, mas na grande maioria das transmissões televisivas.

2.1 A DEMANDA PELOS ESPORTES NA TELEVISÃO

A demanda por esportes ultrapassa os limites das arquibancadas, seja pelo fato de que os estádios, ginásios ou qualquer local que sedia os eventos possuem uma capacidade – oferta – de público limitada, seja porque muitos não podem frequentar os locais em determinadas datas por questões geográficas, climáticas ou até mesmo econômicas, seja porque os indivíduos preferem acompanhar os esportes pela televisão ou qualquer plataforma que não seja *in loco*. Os meios de comunicação – neste caso, a televisão – são fundamentais para o desenvolvimento e expansão de esportes que nem sempre são conhecidos ou acompanhados pelo grande público, como são o futebol, vôlei, basquete e handebol, popularmente conhecidos e praticados nas ruas, escolas, parques dos mais variados locais. A popularização dos esportes através dos meios de comunicação é um fenômeno relativamente jovem, com menos de um século de ocorrência, porém, é incontestável que há um encurtamento da distância entre os esportes e os telespectadores, como mostra a tabela 1.

Tabela 1 - Países com transmissão dos Jogos Olímpicos de Verão entre 1948 e 2016.

Edição	Cidade-sede	Países com transmissão dos Jogos na TV
1948	Londres	1
1952	Helsinque	2
1956	Melbourne	1
1960	Roma	21
1964	Tóquio	40
1968	Cidade do México	n/c
1972	Munique	98
1976	Montreal	124
1980	Moscou	111
1984	Los Angeles	156
1988	Seul	160
1992	Barcelona	193
1996	Atlanta	214
2000	Sydney	220
2004	Atenas	220
2008	Pequim	220
2012	Londres	203
2016	Rio de Janeiro	203

Fontes: Gratton e Solberg (2007).

Nota: Dados de 2008 segundo International Olympic Committee (2008). Dados de 2012 e 2016 segundo International Olympic Committee (2016).

Na tabela 1, temos a evolução dos Jogos Olímpicos de Verão no que diz respeito ao seu alcance televisivo. Nas primeiras três edições, o limite de países que exibiram os Jogos pela televisão foi de apenas dois, em Helsinque. Com o passar dos anos, a televisão foi substituindo o rádio e tornou-se o principal meio de comunicação em todas as áreas, inclusive no esporte. Naturalmente, a capacidade de transmissão televisiva encurtou barreiras geográficas, ampliando o alcance para telespectadores de todos os cantos do planeta, fazendo com que mais países pudessem transmitir os eventos, tais como os Jogos Olímpicos, transmitidos para mais de 200 países desde 1996, como mostra a tabela 1.

Outro fator preponderante na difusão esportiva através da televisão foi o avanço tecnológico. Complementando a tabela 1, os dados de International Olympic Committee (2012) sobre os Jogos Olímpicos de 1948, sediados em Londres, mostram que os eventos foram televisionados em um raio de 50 milhas – aproximadamente 80 Km – da cidade-sede, com audiência média de 500.000 pessoas em uma cobertura total de 64 horas de esportes em 16 dias de jogos. Entretanto, 64 anos depois, de novo em Londres, estima-se que os Jogos Olímpicos de 2012 foram assistidos por quase 70% da população mundial, ou 4,8 bilhões de pessoas em mais de 200 países, divididos em 506 canais, com quase 100 mil horas de transmissões,

algo que ultrapassa 11 anos de televisionamento, tendo em vista apenas uma emissora.

Nos Jogos Olímpicos Rio 2016, de acordo com International Olympic Committee (2016), mais de 5,2 bilhões de pessoas acompanharam as 42 modalidades dos Jogos pela televisão, em uma cobertura televisionada por 584 canais – acréscimo de 15,4% em comparação a Londres 2012 - com 113.455 horas de cobertura televisiva, um acréscimo de 13,5% em comparação a Londres 2012, gerando um consumo médio por telespectador de 9,3 horas, um número 20% maior que a edição anterior.

Ao longo da história dos Jogos Olímpicos, fica evidente a difusão do evento para as mais diversas localidades, rompendo fronteiras, alcançando novos públicos e potenciais consumidores das mais diversas modalidades, sem contar as externalidades positivas ligadas aos esportes, como a prática de exercícios físicos, busca de uma alimentação ou uma rotina mais saudável, entre outros.

Além da expansão dos esportes, seja pelo conhecimento e/ou a prática de novas modalidades, temos o desenvolvimento de um fator crucial para a realização do evento: os direitos de transmissão. Segundo International Olympic Committee (2012), os direitos de transmissão acumulados com as diversas emissoras parceiras dos Jogos Olímpicos são a maior fonte de receita do evento, superando as cotas dos mais de 50 parceiros comerciais, entre os patrocinadores globais, locais e prestadores de serviços, em um formato semelhante ao da Copa do Mundo. Os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos são propriedade do IOC, o Comitê Olímpico Internacional, que subloca os direitos para os conglomerados de todas as partes do planeta, dividindo os pacotes em TV, Internet, Mobile e Rádio. A partir de 2001, o Comitê Olímpico Internacional, além de sublocar os direitos de transmissão, produz, através do Olympic Broadcasting Services (OBS), todo o conteúdo televisivo e os sinais de rádio dos Jogos Olímpicos para todas as emissoras licenciadas, chamadas de Rights Holding Broadcasters (RHB), ou seja, aqueles que adquirem a transmissão dos Jogos utilizam as imagens produzidas pelo OBS.

Entre 2013 e 2016, segundo International Olympic Committee (2016), os direitos de transmissão foram responsáveis por expressivos 74% das fontes de receitas do Comitê Olímpico Internacional (COI), cuja totalidade foi de US\$ 5,6 bilhões. Desta soma bilionária, em torno de 18% foi obtido através do patrocínio The Olympic Partner (TOP), que são verbas específicas de determinados parceiros dos Jogos,

destinados para auxiliar atletas de diversos países a participar dos Jogos, enquanto os 8% restantes são obtidos com outras receitas, tais como licenciamento, por exemplo. De acordo com a tabela 2, os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos cresceram nominalmente de US\$ 1,2 milhões de dólares em Roma para expressivos US\$ 4,1 bilhões de dólares na última edição, no Rio de Janeiro. Em 20 anos, entre os Jogos Olímpicos de Montreal e Atlanta, as receitas com direitos de transmissão por edição cresceram mais de 9 vezes em termos reais. No período entre 2000 e 2008, as receitas continuaram a crescer, mas em um ritmo menor. Entretanto, em apenas dois ciclos olímpicos, entre 2008 e 2012, os valores reais obtidos com direitos de transmissão mais que dobraram, com um acréscimo de 111%, aproximadamente.

Tabela 2 - Distribuição dos Direitos de Transmissão em valores nominais e reais dos Jogos Olímpicos no período de 1960 a 2016, em milhões de dólares.

Jogos Olímpicos	Ano	Direitos de Transmissão - valores nominais	Direitos de Transmissão - valores reais
Roma - Itália	1960	1,2	9,8
Tóquio - Japão	1964	1,6	12,6
Cidade do México - México	1968	9,8	68,7
Munique - Alemanha	1972	17,8	103,8
Montreal - Canadá	1976	34,9	149,5
Moscou - Rússia	1980	88	236,7
Los Angeles - Estados Unidos	1984	286,9	673,2
Seul - Coreia do Sul	1988	402,6	829,7
Barcelona - Espanha	1992	636,1	1.105,40
Atlanta - Estados Unidos	1996	898,3	1.395,80
Sydney - Austrália	2000	1.331,60	1.885,30
Atenas - Grécia	2004	1.494	1.928,20
Pequim - China	2008	1.739	1.969,20
Londres - Inglaterra	2012	2.600	2.760,90
Rio de Janeiro - Brasil	2016	4.100	4.164,80

Fontes: Adaptado de IOC Marketing (2012) para o período entre 1960 e 2008.

Nota: Direitos de Transmissão de Londres e Rio de Janeiro segundo IOC Marketing (2016).

Valores atualizados para janeiro de 2017.

É possível verificar que o crescimento dos direitos de transmissão em termos reais é altamente significativo, especialmente a partir de meados dos anos 1980. Se compararmos Atlanta 1996 com Rio 2016, a última edição dos Jogos Olímpicos recebeu quase o triplo do que foi obtido 20 anos antes.

É importante ressaltar que a maioria dos contratos do COI com as emissoras são para ciclos olímpicos, ou seja, abrangem os Jogos Olímpicos de Inverno e os tradicionais Jogos Olímpicos de Verão. Na maioria dos casos, as emissoras assinam contratos para vários ciclos olímpicos (TOTALSPORTEK, 2016). Por exemplo, a

National Broadcasting Channel (NBC) adquiriu os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos nos Estados Unidos para dois ciclos e meio em 2012 – Londres 2012, Nanjing 2014², Sochi 2014, Rio 2016, PyeongChang 2018 e Tóquio 2020 - por US\$ 4,4 bilhões, ou US\$ 880 milhões por evento, uma cifra recorde. No Japão, a *joint venture* The Japan Consortium³ adquiriu os direitos de transmissões dos ciclos olímpicos de 2016 a 2024 por US\$ 1 bilhão. No Brasil, a Rede Globo de Televisão adquiriu com exclusividade os direitos de transmissão dos Jogos Olímpicos no período de 2020 a 2032 por US\$ 600 milhões, após a gestão compartilhada dos direitos de transmissão no ciclo 2013-2016 com a Rede Record de Televisão e Rede Bandeirantes de Televisão com o pagamento ao COI de US\$ 150 milhões. O COI realiza diversos contratos, com diversas emissoras em todas as partes do mundo, o que dificulta a estimativa exata das receitas marginais dos direitos de transmissão dos próximos Jogos Olímpicos como, por exemplo, Tóquio 2020, porém, pelos dados observados, é razoável acreditar que tais cifras, na pior das hipóteses, devem manter o mesmo patamar e, conseqüentemente, um impacto percentual semelhante nas receitas dos Jogos.

Um evento que é comparável aos Jogos Olímpicos no que diz respeito à demanda esportiva é a Copa do Mundo, principal evento futebolístico do planeta, realizado a cada quatro anos pela FIFA. Na última edição, realizada em 2014 no Brasil, segundo Kantar Media (2014), foram mais de 98.000 horas de transmissões, das quais 3,2 bilhões de pessoas acompanharam, no mínimo, um minuto das transmissões televisivas, divididos nas transmissões dos 64 jogos em 207 países. Somente na decisão, quando a Alemanha conquistou a quarta Copa do Mundo diante da Argentina, mais de 1 bilhão de pessoas acompanharam pelo menos um minuto da partida pela televisão.

Assim como acontece com os Jogos Olímpicos, a FIFA é a proprietária dos direitos de transmissão da Copa do Mundo em todas as plataformas – celular, internet, rádio e televisão – e disponibiliza o conteúdo da competição através do Host Broadcast Services (HBS), que repassa o material para as emissoras que adquirem os direitos de transmissão nas mais variadas formas de negociação. Por

² Jogos Olímpicos da Juventude Nanjing 2014.

³ The Japan Consortium (ジャパンコンソーシアム, Japan Konsōshiamu) é uma *joint venture* formada pelas emissoras NHK, NTV, Fuji TV, TV Asahi, TBS e TV Tokyo com o objetivo de transmitir os Jogos Olímpicos de Inverno, os Jogos Olímpicos de Verão e a Copa do Mundo FIFA.

exemplo, na edição sediada no Brasil, a FIFA vendeu os direitos de transmissão das quatro plataformas para o Grupo Globo, tanto na televisão aberta (Rede Globo) como na televisão fechada (Sportv), que sublocaram os direitos de transmissão para outras emissoras de rádio e TV .

Os direitos de transmissão da Copa do Mundo não fugiram à regra das demais competições no que diz respeito à evolução dos valores pagos para os detentores das propriedades audiovisuais, no caso, a FIFA. A tabela 3 mostra os direitos de transmissão pagos à FIFA no período entre as Copas do Mundo de 1978, sediada na Argentina e 2014, no Brasil.

Tabela 3 - Distribuição dos Direitos de Transmissão em valores nominais e reais da Copa do Mundo no período entre 1978 e 2014, em milhões de dólares.

Copa do Mundo	Ano	Direitos de Transmissão - valores nominais	Direitos de Transmissão - valores reais
Argentina	1978	34	127,1
Espanha	1982	55	138,9
México	1986	70	155,7
Itália	1990	135	251,8
Estados Unidos	1994	150	246,7
França	1998	350	523,5
Coreia do Sul e Japão	2002	1.090	1.477,20
Alemanha	2006	1.330	1.608,40
África do Sul *	2010	2.400	2.683,40
Brasil	2014	2.400	2.471,60

Fontes: Desbordes (2006) e FIFA (2015).

Nota: Valores atualizados para Janeiro de 2017. Os valores para a Copa de 2010 foram estimados por uma empresa de auditoria, segundo FIFA(2011)

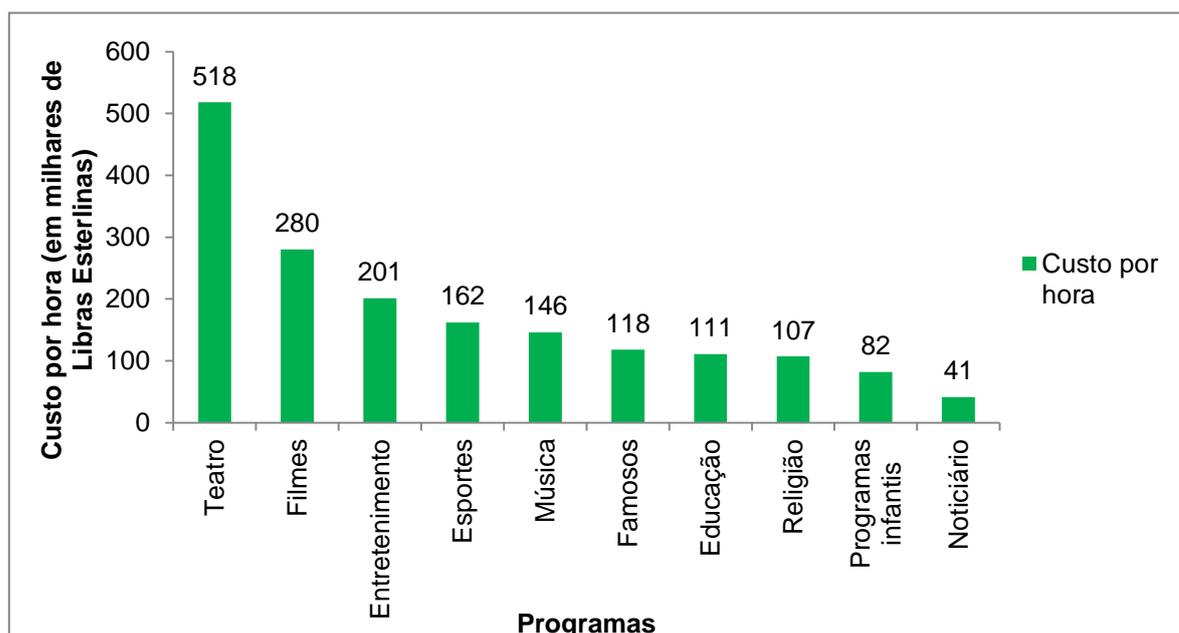
Desbordes (2006), através da tabela 3, mostra o importante crescimento dos direitos de transmissão no período analisado, com especial avanço a partir dos anos 1990. Entre a Copa do Mundo de 1994, sediada nos Estados Unidos e a edição de 1998, na França, as receitas nominais saíram de US\$150 milhões para US\$ 350 milhões, um crescimento real de mais de 100% no período; na edição seguinte, em 2002, no Japão e Coreia do Sul, os valores saltaram para US\$1,1 bilhão, um valor quase três vezes maior do que em 1998, em termos reais; em 2006, a competição sediada na Alemanha obteve em torno de US\$ 1,3 bilhão, mais de seis vezes o valor pago na edição de 1990, em valores atualizados. Na última Copa do Mundo, sediada no Brasil, os direitos de transmissão foram de, aproximadamente, US\$ 2,4 bilhões,

de acordo com o Relatório Financeiro⁴ da FIFA (2014), representando 43% das receitas da entidade.

Desbordes (2006) aponta que, além do custo que as emissoras têm com os direitos de transmissão, precisam realizar investimentos estruturais importantes, como as câmeras, equipamento técnico, cabeamento, profissionais para utilizar as máquinas, assim como comentaristas, narradores, jornalistas etc. De acordo com Desbordes, estes custos equivalem de 6% a 10% dos direitos de transmissão, o que se tratando de acordos que ultrapassam os bilhões de dólares, faz com que tais cifras sejam importantes e custosas para as emissoras. Gratton e Solberg (2007) partem de um raciocínio semelhante, ao enfatizarem que a qualidade e, conseqüentemente, os custos das transmissões esportivas são influenciados pela quantidade de recursos – estruturas – que são aplicados às transmissões como, por exemplo, melhores câmeras para situações de *replay* nos gols ou em jogadas duvidosas, como impedimentos, faltas ou pênaltis. Além do mais, as transmissões ao vivo dos eventos, *in loco*, fora dos estúdios das emissoras, fazem com que os eventos sejam mais dispendiosos para as emissoras. Gratton e Solberg (2007), utilizando dados da emissora britânica BBC no período de 2003 e 2004, mostram que os esportes possuem elevados custos, porém, em comparação com outros programas, seu custo por hora não é tão alto, como pode ser visto no gráfico 1.

⁴ O relatório abrange o ciclo completo da Copa do Mundo. No caso brasileiro, o período entre 2011 e 2014.

Gráfico 1 - Custo por hora da grade de programação da Rede BBC no período 2003/2004



Fonte: Gratton e Solberg (2007).

De acordo com o gráfico 1, se comparados com os custos por hora dos noticiários ou programas infantis na BBC, os esportes não foram os programas mais baratos da emissora, pois tiveram um custo por hora de 162 mil Libras, um valor semelhante aos programas musicais, de 146 mil Libras. Entretanto, outras atividades que, assim como os esportes, muitas vezes são transmitidas fora dos estúdios ou que demandam locações específicas, tais como programas de entretenimento, cinema ou teatro, são muito maiores na relação preço/hora. Por exemplo, um programa de teatro, mesmo que realizado em um estúdio, demandará várias estruturas – luz, câmeras, maquiadores, figurinistas, cenário, roupas etc -, assim como para produzir um filme ou qualquer produção audiovisual.

Um outro exemplo da importância da demanda por esportes na televisão é o duelo ocorrido no último mês de abril, entre Real Madrid e Barcelona, os dois clubes mais ricos do mundo segundo Deloitte (2015). As equipes jogaram pela 33ª rodada do Campeonato Espanhol, com vitória da equipe catalã para mais de 80 mil torcedores nas arquibancadas e, fora delas, para um público estimado de 650 milhões de pessoas, com transmissão para 185 países, envolvendo 800 profissionais entre membros de televisão, rádio, imprensa e fotógrafos.⁵ Um duelo mundial que envolve adeptos de todos os cantos do planeta, atentos a cada imagem

⁵ (REAL MADRID CLUB FÚTBOL, 2017).

obtida pelas 40 câmeras instaladas no Estádio Santiago Bernabeu, sendo duas *Super Slow Motion*, cuja função específica era captar os movimentos do argentino Lionel Messi, maior vencedor do prêmio FIFA Balon D'Or⁶ e de Cristiano Ronaldo, atual melhor jogador do mundo segundo a FIFA.

Além das Olimpíadas, da Copa do Mundo ou do clássico espanhol, muitos outros exemplos podem ser citados nos mais diversos esportes, o que mostra o peso dos esportes para as emissoras e, principalmente, a importância que aqueles que a demandam, no caso, os telespectadores, alocam para os esportes.

2.2 O CUSTO DAS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

As transmissões esportivas via rádio em um primeiro momento e, posteriormente, pela televisão, proporcionaram aos esportes a oportunidade de alcançar públicos em todos os cantos do planeta, além de promoverem crescimento econômico. O futebol é um exemplo claro da difusão mundial proporcionada pelos meios de comunicação, graças aos quais os telespectadores podem assistir a jogos entre equipes dos mais diversos países a um simples trocar de canal. Entretanto, para os fãs, a relação futebol-televisão também tem outro lado. Guschwan (2016) usa como exemplo a influência das emissoras de TV nos horários das partidas visando aumentar sua audiência, muitas vezes em detrimento do torcedor que vai ao estádio. Nas principais ligas europeias, em especial a inglesa, é normal a adaptação do horário dos jogos visando o mercado asiático. Outra consequência da relação econômica entre futebol e televisão, segundo Guschwan (2016) é o excesso de partidas disputadas por temporada, o que afeta a preparação física e o desempenho dos atletas.

Mas, afinal, o que leva os clubes ou as ligas a se submeterem a situações que nem sempre são as melhores para seus adeptos? A resposta é simples: dinheiro, muito dinheiro. Jeanrenaud e Késenne (2003) mostram que os direitos de transmissão nas ligas europeias representam, em média, 30% das receitas dos clubes⁷. Entretanto, se analisarmos as principais ligas europeias, este percentual é maior, tendo em vista que, de acordo com os autores, o impacto dos direitos de

⁶ O prêmio FIFA Balon D'Or era oferecido pela FIFA juntamente com a revista francesa France Football. A partir de 2016, a FIFA passou a oferecer o prêmio The Best FIFA Awards, sendo o Prêmio Balon D'Or oferecido pela revista francesa de forma separada.

⁷ O mesmo pode ser observado no futebol brasileiro, que será tratado no Capítulo 4.

transmissão é menor em ligas com menor potencial de audiência. Para exemplo, os autores usam o escocês Celtic, um clube tradicional no cenário europeu, porém, participante de uma liga pouco atrativa que, na temporada 2002/2003, obteve em torno de 10% das receitas com direitos de transmissão. Na liga suíça, as receitas com televisão alcançaram apenas 5% do total⁸.

Entretanto, se os clubes recebem tanto dinheiro das emissoras, o significado direto é que as emissoras têm um elevado custo com as transmissões esportivas. Gratton e Solberg (2007) e Solberg (2003) mostram que, assim como na produção de bens e serviços, as emissoras possuem custos fixos e variáveis nas transmissões esportivas cuja proporção pode ser bem distinta dependendo do evento. Segundo Solberg (2003) e Gratton e Solberg (2007), os custos podem ser estruturados da seguinte forma:

- a) custo total = custo fixo + custo variável;
- b) custo fixo = Custos de produção + custos irrecuperáveis (*sunk costs*);
- c) custo variável = custos variáveis de transmissão + custos variáveis de produção (custos de oportunidade).

Eventos como os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo, a UEFA *Champions League*, o Campeonato Inglês ou o Campeonato Brasileiro, por exemplo, são exemplos de custos variáveis que as emissoras possuem por serem custos que variam quando o nível de produção varia, ou seja, quanto mais eventos fizerem parte da grade de programação da emissora, maiores serão seus custos. Além desses custos variáveis, as emissoras incorrem em custos fixos, que são aqueles que não variam com o nível de produção e só podem ser eliminados se a empresa deixar de operar.

As emissoras possuem custos de oportunidade nas operações que envolvem as programações, especialmente com câmeras, comentaristas e os funcionários que ficam por trás das câmeras. Gratton e Solberg (2007) usam as câmeras como exemplo principal. Suponhamos que uma emissora disponha de 100 câmeras, sendo apenas 80 utilizadas, estando as outras 20 ociosas. Se a emissora quiser fazer um novo programa que necessite de 10 câmeras, ela não precisará fazer realocações nas estruturas dos outros programas e, neste caso, o custo de

⁸ Em ambos os exemplos, não foram incluídas eventuais receitas com participação na UEFA *Champions League*.

oportunidade de utilizar as câmeras ociosas no novo programa é zero, o que seria diferente se a emissora estivesse utilizando as 100 câmeras e desejasse criar um novo programa.

Outro custo que as emissoras possuem são os custos irrecuperáveis⁹ – *sunk costs* – que, às vezes, são confundidos com os custos fixos. Segundo Kupfer e Hasenclever (2013), os custos irrecuperáveis têm uma dimensão essencialmente temporal. Os custos fixos não variam com o volume de produção, enquanto os custos irrecuperáveis não podem ser alterados com o tempo, ou seja, uma vez realizado o dispêndio em *sunk costs*, estes não serão recuperados. Desbordes (2006) usa como exemplo a aquisição dos direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2002 por parte da emissora francesa TF1, principal canal de TV aberta na Europa. Em 2001, a TF1 investiu cerca de 170 milhões de euros na aquisição exclusiva dos direitos de transmissão da Copa do Mundo de 2002 e das 24 principais partidas da edição de 2006¹⁰. Tais cifras foram recordes para o mercado francês, impulsionado em grande parte pelo favoritismo colocado na seleção francesa para a Copa do Mundo de 2002, principalmente após o título inédito em 1998, a conquista da Eurocopa em 2000 e as excelentes audiências obtidas nas referidas competições. Entretanto, a seleção francesa teve um desempenho abaixo do esperado e foi eliminada na primeira fase da Copa do Mundo, em um grupo relativamente fácil, composto por Dinamarca, Senegal e Uruguai, gerando um prejuízo de cerca de 30 milhões de euros à TF1.

Tabela 4 - Custo de uma propaganda de 30 segundos na TF1 durante a Copa do Mundo de 2002 em Euros (€)

1ª rodada (França)	60.000
1ª rodada (outras seleções)	6.000
Quartas de Final (França eliminada)	18.000
Final	222.000

Fonte: Desbordes (2006)

⁹ Kupfer e Hasenclever (2013) dividem os custos irreparáveis em quatro tipos principais, que são os ativos fixos caracterizados pelo alto grau de especificidade tecnológica, os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, capacitação de recursos humanos e o investimento em fixação de marca e/ou padrão de qualidade dos produtos.

¹⁰ Não há uma especificação sobre quais foram estes 24 jogos da Copa do Mundo de 2006, tampouco sobre os índices de audiência ou retornos publicitários da emissora para estes.

Através da tabela 4, é possível verificar o impacto do insucesso francês na Copa do Mundo para as finanças da TF1 por meio da brusca redução das receitas publicitárias. Com a seleção nacional avançando na competição – o que a emissora e grande parte dos fãs esperavam -, os valores seriam majorados e ajudariam a emissora na obtenção de bons indicadores econômicos. Outro ponto que afetou a audiência da TF1 foi a questão do fuso horário asiático, que ocasionou partidas em horários pouco habituais para os franceses. Porém, se comparado ao Brasil, a questão do fuso era ainda mais complicada neste, com jogos na madrugada. Mesmo assim, como aponta Desbordes (2006), a Rede Globo obteve recordes de audiência na Copa do Mundo de 2002, em especial nas quartas de final, contra a Inglaterra, às 3:30 (horário de Brasília), com uma audiência de 47 milhões de pessoas e um *market-share* de, aproximadamente, 95%. As tabelas 5 e 6 mostram o contraste das audiências francesas nas Copas do Mundo de 2002 e 1998, respectivamente.

Tabela 5 - Audiência francesa na TF1 durante a Copa do Mundo de 2002.

Partida	Início (horário local)	Audiência média	Telespectadores
França x Senegal	13:32	19,7%	10.441.000
França x Uruguai	13:31	20,7%	10.971.000
França x Dinamarca	08:30	17,9%	9.487.000
Alemanha x Estados Unidos	13:30	10,9%	5.777.000
Inglaterra x Brasil	08:30	7,9%	4.187.000
Senegal x Turquia	13:30	17,6%	9.328.000
Espanha x Coreia do Sul	08:30	9,4%	4.982.000
Alemanha x Coreia do Sul	13:30	13,3%	7.049.000
Brasil x Turquia	13:30	14,4%	7.632.000
Coreia do Sul x Turquia	12:59	12,8%	6.784.000
Brasil x Alemanha	13:01	23,7%	12.561.000
Partidas iniciadas às 08:30 (média)			2.700.000
Partidas iniciadas às 13:30 (média)			3.800.000
Partidas iniciadas às 11:00 (média)			5.800.000

Fonte: Desbordes (2006)

Tabela 6 - Audiência francesa na TF1 durante a Copa do Mundo de 1998.

Partida	Início (horário local)	Audiência média	Telespectadores
França x África do Sul	21:02	32,2%	16.859.920
França x Árabia Saudita	21:00	31,0%	16.231.600
França x Dinamarca	16:00	14,7%	7.696.920
França x Paraguai	16:30	24,1%	12.613.610
França x Itália	16:30	28,0%	14.680.150
França x Croácia	21:00	41,9%	21.938.840
França x Brasil	21:00	45,4%	23.692.900

Fonte: Desbordes (2006)

De acordo com a tabela 5, fica evidente o menor apelo do telespectador francês, mesmo na estreia da seleção, quando ninguém imaginava a eliminação precoce, o que pode ser explicado pelo horário pouco habitual da partida e pelo fato da França não ser a anfitriã como em 1998. Por outro lado, principalmente com os dados da tabela 6, o alto investimento da TF1 era absolutamente compreensível, tendo em vista os excelentes índices de audiência obtidos pela emissora, em especial na grande decisão, de difíceis lembranças para o Brasil, onde a audiência média superou os 45%.

O fracasso da TF1 na Copa do Mundo de 2002 não é uma regra na relação entre esportes e televisão, mas serve como um exemplo de que as emissoras, sim, investem grandes quantidades de recursos em competições, apostando em grandes índices de audiência, atraindo recursos publicitários ou outras fontes, como a assinatura de pacotes nas emissoras fechadas. Porém, mostra também que por trás destes investimentos há uma grande estrutura de custos fixos, variáveis e, por vezes, irre recuperáveis, que cercam as emissoras. Além disso, esse exemplo ilustra o fato de que o desempenho das equipes – no caso, da seleção francesa – também é um fator importante na audiência, assim como o horário dos jogos.

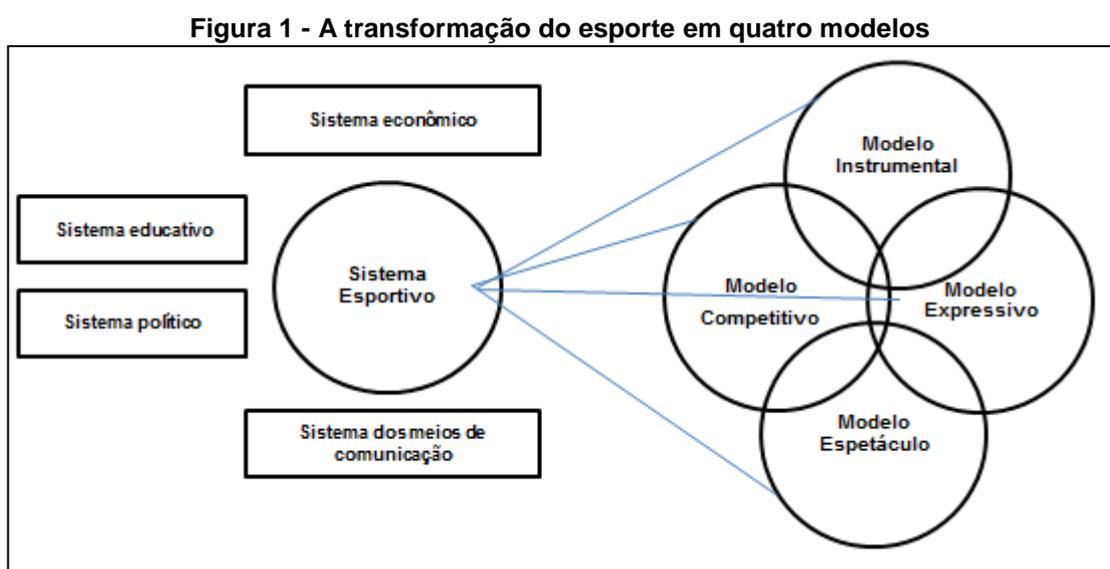
2.3 AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS

Em seu surgimento, a televisão era um bem de luxo, destinado a pouquíssimas pessoas, com uma baixíssima qualidade de transmissão – se comparada aos dias atuais, nenhuma. Assim como diversas criações tecnológicas, a televisão foi uma obra de diversas mãos, gerando vários experimentos em distintos locais, porém, há o consenso de que a primeira transmissão com imagem e som ocorreu nos Estados Unidos, em Nova Iorque, no ano de 1928, segundo Television (2006). Com o passar do tempo, a televisão passou a ser produzida em grande escala, seus custos de produção foram drasticamente reduzidos, acompanhados pela redução dos preços, chegando às mais diversas localidades e, naturalmente, tornando-se um meio de comunicação de massas para pessoas de diversas rendas, idades e gostos.

A televisão como meio de comunicação de massas já existe há mais de sete décadas e, desde suas origens, segundo Monzó (2015), os esportes foram parte

importante do desenvolvimento e da integração deste veículo no cotidiano das pessoas. Em comum, ambos possuem o objetivo de aumentar sua demanda, seja a televisão no que diz respeito ao aumento de telespectadores, sejam os esportes em relação ao crescimento de adeptos pela difusão dos esportes pela televisão. Basicamente, “televisão e esporte foram criados um para o outro. Caminham lado a lado por faixas, telas, cores e estádios” ¹¹(MONZÓ, 2015, p. 123). Quiroga (2000) aponta que o esporte no século XXI navega na “ideologia do entretenimento”, o que é coerente com o exposto por Monzó (2015) no que diz respeito ao fato de que as transmissões esportivas como ferramentas importantes das emissoras se tornam verdadeiros espetáculos, como fonte de diversão e paixão, tal como um grande filme, uma peça teatral ou uma novela. Assim como estas avançam em seu desenvolvimento técnico, os esportes partem da mesma premissa através de avanços esportivos – preparação física, nutricional, por exemplo – e a profissionalização das atividades, com normas e um maior regramento. Caballero *apud* Monzó (2015) tem uma visão parecida ao comparar a atividade esportiva a uma obra que é apresentada para os telespectadores por diversos atores, no caso, os atletas, em um cenário, ou local de disputa, com suas normas previamente conhecidas.

Puig e Heinemann (1991) analisam o esporte nos dias atuais por meio de quatro modelos, ou abstrações como os mesmos dizem, conforme a figura 1:



Fonte: Adaptado de Puig e Heinemann (1991)

¹¹ Tradução própria do espanhol.

- a) **modelo competitivo:** é pautado pela organização do esporte de acordo com suas regras, espaços e estratégias de jogo. É o herdeiro direto do esporte tradicional como, por exemplo, o futebol, no que diz respeito ao conjunto de estrutura de valores – *fair play*, espírito coletivo, sensação de vitória ou derrota *etc* – e a própria estrutura hierárquica dos clubes – treinadores, médicos, diretores, dirigentes, presidente .
- b) **modelo expressivo:** refere-se às atividades esportivas informais, não muito organizadas quanto às regras e que estão em constante mudança. Atividades físicas ao ar livre são exemplos que se encaixam neste modelo, como escalar uma montanha, esqui, surfar, entre outras atividades mais “livres” em relação aos espaços para a prática destas.
- c) **modelo instrumental:** associado às empresas que dispõem de aparatos técnicos para a manutenção de um corpo saudável, como as academias. Este modelo vem ganhando importância em uma sociedade que, dia após dia, vem buscando hábitos de vida mais saudáveis através de uma alimentação mais regrada, um maior cuidado com os produtos que estão à mesa e, também, com a prática de exercícios diversos, como ir à academia. Ou seja, a motivação, a vontade dos participantes é fundamental para o encaixe neste modelo.
- d) **modelo espetáculo:** é um modelo mais voltado para o mercado, para o entretenimento, uma vez que suas regras são muito mais específicas – regulamentos de federações, controle *anti-doping*, medidas de segurança nos estádios – e um conjunto de profissionais cuja função é a aplicação das normas – juízes, árbitros, tribunais esportivos. Os atletas praticam seus respectivos esportes para um dado número de pessoas, no caso, os torcedores, porém, suas atividades também são pensadas para entreter aqueles que estão fora do local da competição, no caso, os telespectadores, com isso tendo enfoque nos impactos que o esporte gera na sociedade.

Dissecando a Figura 1, vê-se que o Modelo Espetáculo é, sob tais perspectivas, o mais adequado para a compreensão da relação entre esporte e televisão. Seu viés mercadológico, a ênfase nas regras do jogo, sua regulamentação acaba sendo afetada pela televisão. A simbiose entre televisão e esporte acaba se tornando um “casamento de interesses”, como classifica Moragas (1994). Enquanto a televisão encontra no esporte um produto com alta demanda, de fácil produção – os atores, aqui, são os atletas, cujos “diretores” são seus treinadores – e propenso a absorver novas tecnologias. Por outro lado, os esportes conseguem um meio para obter receitas fundamentais – o futebol é um caso claro -, além de ampliar o escopo de telespectadores, que não precisam exatamente ser torcedores apaixonados pelo clube que está tendo o jogo transmitido na televisão, como apontam Del Barrio e Pujol (2016) e Deloitte (2015).

Dentro desse “casamento por interesses”, os clubes procuram obter benefícios para si e para a televisão através de eventos qualificados, que atraiam a atenção dos telespectadores e, conseqüentemente, aumentem a demanda por futebol. Um exemplo dessa atração é apontada através do instrumental econométrico por Feddersen *et al.* (2011), que afirmam que os telespectadores alemães preferem assistir jogos das grandes competições – os autores citam a UEFA Euro 2004 e a Copa do Mundo FIFA 2006 como exemplos – do que amistosos da seleção alemã. Os telespectadores também preferem acompanhar jogos das grandes seleções, com jogadores consagrados a acompanhar jogos com seleções sem tradição ou com pouca qualidade em suas equipes.

Outro exemplo da importância que o esporte dá para a televisão na formação de sua atividade foi apontado por Bernie Ecclestone, ex-presidente da Formula One Management (FOM), gestora da Formula 1¹². Para Ecclestone, o formato das corridas deveria ser alterado para atrair os telespectadores. Em vez do formato atual, com corridas longas, que geralmente ultrapassam uma hora de duração, o ex-presidente sugere que as corridas deveriam ser divididas em duas etapas de 40 minutos, com intervalos para que os pilotos possam ser entrevistados nos *cockpits*. Segundo ele, as corridas teriam mais emoção, com o tempo reduzido. Como exemplo, citou o GP do Brasil de 2016, no qual os níveis de audiência foram altos,

¹² Em Janeiro de 2017, os direitos de propriedade da marca “Formula 1” foram adquiridos pelo grupo americano Liberty Media. A Formula One Management sofreu uma reestruturação, passando a se chamar Formula One Group.

mesmo com todas as paralisações da corrida por causa das condições climáticas desfavoráveis, e que acabaram dividindo a etapa em períodos distintos.¹³

Hoje, pode-se dizer que o futebol como espetáculo é resultado, também, da boa relação gerada pelo casamento entre televisão o esporte. O esporte se adaptou à televisão, que o levou para lugares jamais alcançáveis sem tal união, fazendo com que o futebol de alto padrão tenha certamente um espaço na grade de programação de todos os cantos do planeta. O futebol, hoje, é muito mais do que a exibição do duelo de duas equipes durante 90 minutos; trata-se de uma produção audiovisual de alto padrão, tal como um filme ou programas de auditório, dispendo de tecnologias de ponta para captação de todas as imagens, além de fornecer todas as informações possíveis, nutrindo os telespectadores de dados. A experiência televisiva de hoje faz com que o telespectador *realmente* sinta-se próximo ou, quiçá, dentro do gramado. E, sem dúvidas, este casamento tende a ser melhor, com as inovações constantes de um mercado que não demonstra sinais de enfraquecimento.

A televisão encontra nos esportes um grande elemento para aumentar sua audiência pela própria natureza dos mesmos, uma vez que estes, em sua maioria, são transmitidos ao vivo e, conseqüentemente, carregam um grau de incerteza em relação ao que acontecerá na disputa. Wainer (2007) e Monzó (2015) destacam o fato de que uma disputa na qual o resultado é previamente conhecido retira a imprevisibilidade do jogo, fazendo com que os telespectadores percam o interesse. Entretanto, quando se fala em incerteza, não é necessariamente obrigatório que cada competidor tenha a mesma probabilidade de vencer a disputa. Por exemplo, é razoável crer que os telespectadores possam se sentir interessados por assistir partidas de futebol envolvendo clubes poderosos como Barcelona, Real Madrid, Bayern de Munique ou Manchester United contra adversários de menor nível técnico como, por exemplo, Getafe, Alavés, Colônia ou Swansea, mesmo que a probabilidade de os clubes maiores vencerem os jogos ser superior a de os adversários vencerem. Segundo Szymanski (2015), em relação ao futebol, o desempenho de uma equipe não pode ser medida como um mero somatório das habilidades de cada atleta, uma vez que é um jogo coletivo no qual quanto melhor as performances individuais, maior a probabilidade de um melhor jogo coletivo, ou

¹³ DAILY MAIL (2016).

seja, a performance é algo mais multiplicativo que uma soma de qualidades. Para que as equipes disponham dos melhores jogadores, evidentemente que é necessária uma compensação, no caso, dinheiro. Na grande maioria dos casos, os campeões são as equipes com maior investimento ou, como respondeu Sam Allardyce, ex-treinador da seleção inglesa e de diversos clubes, “[...] a posição que você termina a competição depende da quantidade de dinheiro investido na temporada” (THE ECONOMIST, 2016), porém, Szymanski (2015), entre outros, utilizam-se do mercado de apostas como melhor indicador para mensurar a incerteza do resultado. Os *bookmakers* – pessoas que previamente definem as quantias em dinheiro que serão pagas aos apostadores para cada um dos três resultados possíveis – são agentes que, a princípio devem ter bastante conhecimento do mercado que estão atuando, e também conhecem perfeitamente as preferências *ex-ante* dos apostadores em relação às partidas. Se muitos apostadores estão acreditando na vitória do Real Madrid diante do Málaga, os *bookmakers* estimarão as apostas para um prêmio baixo, entretanto, aqueles que apostarem no “azarão” receberão um prêmio elevado em caso de obtenção de êxito na aposta. Szymanski (2015) supõe que em um mundo ideal – para os *bookmakers* – os prêmios das apostas são calibrados de forma que os lucros sejam idênticos, independentemente do resultado da partida, ou seja, a incerteza deixa de ser um fator de risco para eles.

Outros fatores relacionados à incerteza são apontados por Dobson e Goddard (2011), e Del Barrio (2015), como a posição das equipes na tabela de classificação, o *status* dos jogadores, o local da partida¹⁴, onde os mandantes geralmente obtêm vantagem territorial pela torcida e pelo conhecimento prévio do ambiente de jogo. Todas essas variáveis entram na questão da incerteza que acaba afetando na demanda pelos jogos por parte do telespectador, que é o objetivo principal das emissoras ao transmitir esportes em sua grade de programação.

¹⁴ O *bookmaker* já leva o fator local em conta no desenvolvimento das apostas, pois este já está embutido na opinião dos apostadores, sendo assim, o mercado de apostas não tende a lidar com este problema. (WAINER, 2007, p. 42)

2.4 A TECNOLOGIA A SERVIÇO DO ESPORTE

Os esportes são diretamente afetados pela tecnologia, principalmente sob a ótica do Modelo Espetáculo de Puig e Heinemann (1991). Um exemplo do uso tecnológico no esporte se dá por meio das transmissões esportivas. Monzó (2015) mostra que a maior parte das tecnologias utilizadas na televisão foi testada em eventos esportivos. O documentário *Olympia*, produzido pela cineasta alemã Leni Riefenstahl, produzido para os Jogos Olímpicos de 1936, apresentou ao público enquadramentos e pontos de vista distintos para a época em uma transmissão, com mais de 60 câmeras e 400 mil metros de filme¹⁵. Riefenstahl foi pioneira no uso das câmeras *slow motion*, entre outras técnicas de filmagem que não eram utilizadas à época. Com o passar do tempo, as inovações utilizadas para aprimorar as experiências esportivas enquanto espetáculos foram sendo adaptadas para a televisão. As câmeras para exibição de uma prova de 100 metros de atletismo são dispostas de forma completamente distinta para a exibição de um jogo de futebol ou uma partida de tênis, por exemplo.

As transmissões esportivas são importantes ferramentas para a evolução tecnológico dos canais, como aponta Monzó (2015) com câmeras específicas para os jogos de basquete, sob as tabelas de basquete, as câmeras *on board* utilizadas no automobilismo, em especial a Formula 1, câmeras aquáticas para disputas de provas de natação ou câmeras acopladas a helicópteros para tomadas de ângulos especiais em jogos de futebol ou competições com grande número de participantes como, por exemplo, triathlon. Todas essas adaptações nas transmissões esportivas são consequências da busca incessante das emissoras em ofertar um conteúdo cada vez mais atrativo para os seus consumidores, além do fato de que os esportes têm um custo de programação menor que outros programas, como expôs Gratton e Solberg (2007).

Com o avanço tecnológico aplicado a televisão, além de melhorar a experiência para os telespectadores, os esportes passaram a ser diretamente afetados pela variável tecnológica dentro de suas regras. Nos Estados Unidos, o uso da tecnologia nos esportes já está enraizado. Basquete, futebol americano, hóquei no gelo e beisebol são exemplos já consolidados de esportes que usam a tecnologia

¹⁵ (BARBER, 2016)

derivada da televisão. Outros esportes, como o automobilismo, tênis, voleibol, hipismo, badminton, rúgbi, entre outros, também usam as câmeras por meio da tecnologia *hawk eye*, que é um programa que capta a trajetória de diversas pessoas ou objetos pelos mais distintos ângulos, através de câmeras de alta velocidade, reproduzindo imagens em 3D com alta resolução. Para cada esporte, a tecnologia é aplicada às regras do jogo com uma finalidade específica. No tênis e voleibol, os atletas solicitam o *replay* aos árbitros para verificar se uma bola ultrapassou ou não os limites da quadra; no automobilismo, o sistema é utilizado para verificar potenciais infrações dos pilotos em situações como ultrapassagens ou saída dos *boxes*; no hipismo, serve para verificar com a maior precisão possível qual cavalo ultrapassou a linha de chegada primeiro.

O uso da tecnologia no futebol encontrou muita resistência, a começar pela FIFA, na figura de seu ex-presidente, Joseph Blatter, que considerava a tecnologia como um fator que reduziria a paixão dos telespectadores, além de deixar o jogo “menos humano”¹⁶. Além disso, segundo ele, o custo de aplicação de tecnologias no futebol era muito alto, como afirmou no 124º Encontro Geral da International Football Association Board (IFAB)¹⁷, em Março de 2010, na cidade de Zurique. Entretanto, meses depois, na Copa do Mundo de 2010, sediada na África do Sul, o jogo entre Alemanha x Inglaterra pelas oitavas de final, vencido pelos alemães por 4 a 1, foi palco de uma das grandes polêmicas da competição. Frank Lampard, meia inglês, chutou uma bola que ultrapassou a linha do gol¹⁸ em 33 centímetros, quando o jogo estava apenas 2 a 1 para os alemães, fazendo com que esse lance fosse um símbolo na luta pelo uso da tecnologia no futebol.

Em 2012, após muitos pedidos, a FIFA aceitou o uso da tecnologia¹⁹ e começou a testar a Goal-Line Technology (GLT), que consiste em um conjunto de câmeras do tipo *hawk-eye* posicionadas sob as balizas, buscando captar todos os pontos de contato da bola com o solo. Em caso de a bola ultrapassar a linha do gol, os árbitros recebem um sinal auditivo sinalizando que o gol deve ser validado. A tecnologia foi testada em nível profissional na Copa do Mundo de Clubes de 2012, sediada no Japão e vencido pela equipe brasileira do Corinthians. O objetivo dos testes da tecnologia GLT era a implementação completa na Copa do Mundo de

¹⁶ (FOURFOURTWO, 2010).

¹⁷ (FIFA, 2010).

¹⁸ (BBC, 2012).

¹⁹ (FIFA, 2012).

2014, o que foi alcançado pela entidade, que instalou em cada um dos 12 estádios as câmeras hawk-eye, tendo, inclusive, sua utilidade colocada à prova no duelo entre França e Honduras, realizado no Estádio Beira Rio, em Porto Alegre, onde a seleção francesa teve um gol confirmado pelo GLT. Esse foi o primeiro gol da história em uma competição da FIFA validado pela tecnologia, e não apenas pelo olho humano.

Desde 2016, a FIFA busca implementar a tecnologia Video Assistant Referees (VARs) , testando em torneios de categorias inferiores e em alguns campeonatos nacionais, como a Eredivisie (Holanda), a Major League Soccer (EUA), a A-League (Austrália) e no futebol brasileiro em 2017²⁰, com o grande objetivo de usá-la completamente na Copa do Mundo de 2018, a ser sediada na Rússia. Seu grande teste, no entanto, foi na Copa do Mundo de Clubes de 2016, também sediada no Japão e vencida pelo espanhol Real Madrid. A tecnologia consiste em dois árbitros que acompanham a partida em uma sala isolada, através da televisão, podendo auxiliar o arbitro principal e seus assistentes em jogadas duvidosas, como validação de gols, pênaltis, faltas ou má identificação dos atletas em infrações. A prática foi motivo de muita discórdia na semifinal entre o japonês Kashima Antlers e o colombiano Atletico Nacional, quando a equipe japonesa foi beneficiada com um pênalti – de fato existente -, porém, foi assinalado minutos depois, quando o jogo já tinha sido retomado. No outro jogo da semifinal, envolvendo Real Madrid e o America do México, a tecnologia VAR foi utilizada e, mais uma vez, com polêmica. A equipe espanhola teve seu gol invalidado após o juiz de campo confirmar o gol e, inclusive, já ter reiniciado a partida no centro do gramado, pois o arbitro de vídeo assinalou impedimento – uma função que a FIFA não tinha permitido via VAR.

Em linhas gerais, pode-se dizer que a tecnologia é fundamental para o esporte, não só via televisão, internet, rádio ou mobile, mas principalmente para a evolução do mesmo, dentro do “casamento por interesses” citado anteriormente. Entretanto, assim como a televisão e o esporte passaram por um processo evolutivo, o mesmo se pode dizer em relação ao uso da tecnologia como meio de auxílio das regras, como aconteceu em diversos esportes anteriormente, como o tênis e o voleibol e os esportes das ligas americanas. No caso do futebol as tecnologias GLT

²⁰ O árbitro de vídeo foi utilizado pela primeira vez na final do Campeonato Pernambucano, entre Salgueiro e Sport, no dia 28 de junho de 2017.

e VAR, receberam elogios e críticas – especialmente a segunda – em relação à forma como foram utilizadas pelos árbitros, ainda devem passar por aprimoramentos.

3 FUTEBOL INGLÊS E A *PREMIER LEAGUE*

Estádios lotados; grandes jogadores; técnicos consagrados; partidas eletrizantes; emoção do primeiro ao último minuto; gols; dinheiro, muito dinheiro. O futebol inglês tem na *Premier League* a competição mais acirrada para muitos fãs em todos os cantos do planeta. A *Premier League*, com seu impressionante alcance, faz com que times como Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City e Manchester United, por exemplo, disputem a atenção dos torcedores com seus clubes locais quase que de igual para igual, seja um torcedor brasileiro, argentino, canadense, australiano ou chinês.

No entanto, o futebol inglês teve seus momentos de ostracismo. A nação que criou o futebol, que teve a primeira federação, muito antes da europeia, viveu momentos turbulentos com crises financeiras, de público, de gestão e até mesmo políticas. O objetivo deste tópico é mostrar um pouco do futebol inglês em relação às suas origens, seus momentos difíceis na esfera econômica e o seu “renascimento”, com a *Premier League*, que teve nos direitos de transmissão um dos seus pontos-chave até os dias atuais.

3.1 ORIGEM E DESENVOLVIMENTO

A forma mais primitiva do futebol não nasceu na Inglaterra. Remete à China, no século II a.C, com o nome de Tsu'Chu, que consistia em chutar uma bola de couro, cheia de penas em uma rede de 30 a 40 cm de largura, fixada com bambus. Os praticantes usavam as pernas, ombros, peito e costas para se defender dos ataques dos adversários, enquanto as mãos não eram permitidas no jogo. Séculos depois, no Japão, surgiu o Kemari, praticado até hoje. Seu jogo é praticado em círculo, no qual os participantes não podem deixar a bola tocar o chão.²¹

Já a origem do futebol contemporâneo está intimamente ligada à origem do futebol inglês, porém, seu começo foi turbulento. Segundo Dobson e Goddard (2011), o futebol era um jogo violento, sem regras, sem número específico de atletas correndo, literalmente, atrás de uma bola, praticado nas zonas urbana e rural inglesas. A virilidade do jogo era tamanha que muitos praticantes saíam gravemente machucados e, por vezes, mortos das partidas. Por várias vezes, tanto a Igreja

²¹ (FIFA, 2004).

quanto as autoridades buscaram banir o esporte, porém, o futebol continuou popular nas ruas, especialmente com o advento da industrialização e, posteriormente, chegando às classes mais abastadas, ingressando nas escolas e universidades, onde algumas regras começaram a ser adotadas para o futebol, especialmente visando diminuir a excessiva violência e para manter a prática dentro dos ambientes de ensino.

A Federação inglesa de futebol foi criada em outubro de 1863, com o nome de Football Association (FA) após encontro entre representantes de clubes londrinos e interioranos, tornando-se a primeira federação de futebol do mundo. Apesar da criação de uma entidade organizadora, segundo Buraimo *et al* (2006), os representantes da FA eram favoráveis à manutenção do futebol como algo amador. Porém, a partir de 1871, com a criação da FA Cup²², os clubes passaram a enxergar no torneio uma oportunidade de angariar receitas com a venda de ingressos com a competição, assim como os próprios atletas vislumbraram a possibilidade de receber uma compensação financeira para jogar. Na primeira edição, 15 equipes disputaram a Copa da Inglaterra, com a equipe do The Wanderers, formada basicamente por alunos das Universidades de Oxford e Cambridge, vencendo a equipe do Royal Engineers para um público de 2.000 pessoas.

Dobson e Goddard (2011) e Buraimo *et al* (2006) apontam que, com o passar do tempo, a relutância inicial da FA em relação à profissionalização do futebol era cada vez menor, sendo que em 1885, o futebol foi legalizado. Esse foi um passo importante para a fundação da Liga Inglesa, a *Football League*, em 1888. As primeiras três edições contaram com 12 equipes. Em 1893, surgiu uma nova divisão, com mais 12 equipes, enquanto a primeira divisão passou a contar com 16 equipes. A expansão da Football League seguiu em 1895, com 32 clubes filiados, 36 em 1889, 40 em 1906. Em 1921, 22 equipes foram adicionadas, formando a terceira divisão do sul; no ano seguinte, mais 20 equipes foram adicionadas a terceira divisão do norte. Em 1923, chegou-se ao número de 88 equipes, divididas em quatro divisões, já é quase o mesmo número de equipes de hoje. Desde então, segundo Dobson e Goddard (2011), o futebol inglês freiou seu crescimento de equipes, atingindo em 1951 o número de 92 filiados. As principais mudanças na estrutura das ligas no período entre a década de 1920 e 1980 são:

²² The Football Association Cup.

- a) reorganização da terceira e quarta divisão a partir da temporada 1959-1960, com a escolha dos clubes pelos seus resultados, e não por divisões geográficas;
- b) maior mobilidade da competição com três times sendo promovidos e três sendo rebaixados em cada uma das divisões a partir da temporada 1974-1975, em detrimento as duas vagas para subir ou descer de divisão;
- c) em 1987, foi introduzido um *play-off* nas divisões inferiores (segunda, terceira e quarta) para definir a última vaga de promoção nas respectivas divisões.

É importante ressaltar que a relação entre Football League e Football Association sempre foi conturbada. Buraimo et al (2006) tratam a questão comercial como o principal elo de disputa entre as entidades. Como citado anteriormente, a FA não tinha interesse pela profissionalização do futebol, gerando dois conflitos que brecavam a captação de receitas das equipes. O primeiro era ocasionado pela restrição imposta aos clubes de que poderiam repassar um percentual de até 5% do controle das equipes, assim como havia uma restrição em relação ao percentual dos lucros que poderiam ser repassados aos mecenas ou investidores dos clubes que, desde seus primeiros dias, participavam da vida dos clubes com aportes de recursos para fins diversos, como pagamento de dívidas ou investimentos estruturais. O segundo conflito, na verdade, era uma “solução” para os atletas, uma vez que a Football Association se posicionava a favor destes contra os clubes – e, conseqüentemente, a Football League – nas demandas sobre transferências, já que os atletas ficavam presos aos clubes mesmo após o encerramento de seus vínculos, algo que os deixava em situação amplamente desfavorável para mudar de clube.

Em 1904, a FA impôs um teto salarial as equipes, além de um valor máximo que poderia ser pago para cada atleta, visando maior competitividade da liga. Entretanto, ressaltam Buraimo et al (2006), tampouco a Football League ou a Football Association exerceram qualquer tipo de controle em relação às finanças do clubes, no que diz respeito a forma de gestão, mesmo tendo estes a obrigatoriedade de enviar seus balancetes anuais e expor os dados referentes às transferências. Por exemplo, se os clubes optassem por diversificar suas atividades em outros esportes, não teriam qualquer objeção para tal.

O futebol inglês, além da *Football League* e a *The FA Cup*, passou a contar com a Copa da Liga Inglesa²³ em 1961. A Copa da Liga, em seus primórdios, visava incluir todos os clubes da *Football Association*, algo que desagradava os principais, levando-os a não levar a sério a disputa nos primeiros anos, por meio da escalação de jogadores reservas ou até a não participação do torneio. Na década de 1970, no entanto, os clubes ingleses passaram a tratar a competição com importância e escalavam seus melhores atletas contra as equipes de divisões inferiores, que encontravam nas copas a chance de enfrentar grandes equipes, obter receitas com bilheteria e até mesmo com a exposição de atletas, que poderiam vir a ser negociados com adversários com mais recursos financeiros. Nos dias atuais, ambas as copas (Copa da Liga Inglesa e Copa da Inglaterra) perderam prestígio com os grandes clubes, especialmente pela questão referente ao apertado calendário das equipes, com jogos da Liga, Copas e das competições europeias, fazendo com que os clubes optem por escalar reservas ou jogadores jovens, para dar experiência.

3.2 CRISES ANTERIORES À PREMIER LEAGUE – OS ANOS 1980

O ponto principal do trabalho envolve os direitos de transmissão, porém, é razoável crer que em sendo estes uma das principais fontes de receitas dos clubes também são importantes para, além da aquisição dos melhores jogadores, treinadores, médicos e preparadores físicos, proporcionar aos clubes a oportunidade de aprimorar suas estruturas físicas, com bons centros de treinamentos e estádios de alto nível para a prática esportiva e o conforto dos torcedores. Por outro lado, de nada adianta uma infinidade de recursos se estes forem mal alocados e, principalmente, mal geridos. O futebol não é uma exceção à regra e neste tópico buscar-se-á mostrar alguns exemplos ocorridos no futebol inglês, em especial na década de 1980, um fator a mais no desenvolvimento de uma competição independente, que é a Premier League, a ser abordada no tópico seguinte.

O futebol inglês é popular desde os primórdios, tendo na década de 1910 o primeiro grande salto das receitas, porém, acompanhada de gestões nem sempre muito eficazes. De acordo com a lei inglesa, um clube quando não consegue pagar suas dívidas pode ser colocado sob administração de algum interventor nomeado

²³ Football League Cup.

pela justiça. Buraimo et al (2006) argumentam que um clube sob intervenção judicial é um problema grave pois, além de sinalizar ao mercado a dificuldade financeira, desestimula potenciais investidores ou parceiros comerciais a aplicar recursos nos clubes, sem contar os custos do administrador escolhido que, em geral, são elevados. O administrador buscará vender os bens do clube para quitar as despesas, no entanto, como a informação repassada ao mercado é de que o clube não tem recursos, os compradores ficam em uma excelente posição para barganhar o melhor preço em relação aos ativos tangíveis, como estádios, campos de treinamento e seus terrenos, e os intangíveis, que são os atletas.

Para evitar que o clube entre sob administração de terceiros, geralmente os clubes, segundo Buraimo et al (2006), optavam por reduzir drasticamente seus níveis de investimentos com a venda de atletas, reduzindo as ambições nos campeonatos e, em muitos casos, sofrendo as consequências, no caso, o rebaixamento. Entretanto, mesmo com vários clubes passando por dificuldades financeiras, foram poucos os clubes que ficaram sob administração ou que chegaram a falência até a década de 1990, podendo ser citados o Wigan Bourough (1931) e Accrington Stanley (1962) como exemplos mais relevantes. Nos anos 1980, o futebol inglês passou por um momento de declínio ocasionado pela elevação dos salários dos jogadores, queda de público nos estádios, além da tragédia ocorrida no Estádio de Heysel, em 1985²⁴. Diversos clubes passaram por dificuldades financeiras, dos pequenos Bradford City, Bristol City, Charlton, Tranmere a clubes importantes como Aston Villa, Chelsea, Manchester City e Leeds United. No entanto, ressalta Buraimo et al (2006), nenhum clube veio a falência neste período.

²⁴ A tragédia de Heysel (Bélgica) aconteceu em 29 de Maio de 1985, durante a decisão da Copa dos Campeões Europeus entre Liverpool e Juventus, quando torcedores-hooligans- do Liverpool invadiram o setor destinado à torcida da Juventus. Muitos torcedores foram pisoteados e esmagados na tentativa de fugir da confusão, gerando um saldo de 39 mortos e mais de 600 feridos em um incidente que gerou consequências no futebol europeu, em especial à Inglaterra, que foi banida das competições internacionais por cinco temporadas, e o Liverpool por seis, pela então Primeira-Ministra Margaret Thatcher.

Tabela 7 - Presença de público total e por divisão nas divisões inglesas em valores agregados e percentuais no período entre 1929 e 1989.

Temporada	Agregado (em milhões de pessoas)					Percentual			
	Total	D1	D2	D3	D4	D1	D2	D3	D4
1929	23,9	10,5	6,7	4	2,7	43,93%	28,03%	16,74%	11,30%
1939	27	11,5	8,6	4	2,9	42,59%	31,85%	14,81%	10,74%
1949	41	17,9	11,1	7	5	43,66%	27,07%	17,07%	12,20%
1959	33,7	14,7	8,6	6,1	4,2	43,62%	25,52%	18,30%	12,56%
1969	29,2	14,5	7,4	4,3	3	49,66%	25,34%	14,73%	10,27%
1979	24,5	12,7	6,1	3,4	2,3	51,8%	24,9%	13,9%	9,4%
1980	24,6	12,2	6,1	4	2,4	49,5%	24,7%	16,1%	9,7%
1981	21,9	11,4	5,2	3,6	1,7	52,1%	23,7%	16,4%	7,8%
1982	20	10,4	4,8	2,8	2	52,0%	24,0%	14,0%	10,0%
1983	18,8	9,3	5	2,9	1,6	49,5%	26,6%	15,4%	8,5%
1984	18,3	8,7	5,4	2,7	1,6	47,4%	29,4%	14,6%	8,6%
1985	17,8	9,7	4	2,7	1,4	54,5%	22,5%	15,2%	7,9%
1986	16,5	9	3,6	2,5	1,4	54,5%	21,8%	15,2%	8,5%
1987	17,4	9,1	4,2	2,4	1,7	52,3%	24,1%	13,8%	9,8%
1988	18	8,1	5,3	2,8	1,8	45,0%	29,4%	15,6%	10,0%
1989	18,5	7,8	5,8	3	1,8	42,2%	31,5%	16,4%	9,9%

Fonte: Dobson e Goddard (2010)

De acordo com a tabela 7, fica evidente a redução dos públicos em seus valores agregados nas quatro divisões, aqui representadas por D1, D2, D3 e D4, respectivamente. Se analisarmos década a década, nota-se uma redução a partir de 1949 para as décadas seguintes, porém, na análise ano a ano de 1980 a 1989, temos redução de público nas quatro divisões, especialmente na primeira metade da década. A redução no público dos estádios pode ser respondida pelo fato de que os estádios não sofreram reformas ou alterações significativas e, principalmente, pela violência nos estádios ingleses, em especial dos *hooligans*, presentes em quase todas as equipes, como no triste acontecimento na Bélgica. Um ponto interessante diz respeito ao fato de os clubes da D1 representarem um percentual inferior aos somatório das outras três divisões na maioria dos anos observados, algo surpreendente uma vez que a demanda pelos jogos das divisões inferiores tende a ser menor. Representa, no mínimo, a fidelidade de seus torcedores mesmo em divisões inferiores.

Lago et al (2006), Szymanski (2015) e Buraimo et al (2006) mostram, por outro lado que, apesar das crises iniciadas na década de 1980 geradas

especialmente pelos públicos reduzidos e a elevação dos salários, o problema dos clubes não estava relacionado com o nível de receitas dos clubes, já que o somatório dos direitos de transmissão eram divididos entre as equipes da D1, D2, D3 e D4 em cotas de 50%, 25%, 12,5% e 12,5%, respectivamente, sem contar as verbas com patrocínios nas camisas que ampliavam as receitas. O desequilíbrio entre receitas no futebol inglês é, principalmente, consequência de más gestões dos clubes no período, porém, como enfatizam Buraimo et al (2006), isso não quer dizer que no futebol inglês esse foi o *único* período em que os clubes passaram por dificuldades financeiras ou estiveram sob administração. Muitos clubes ingleses estiveram sob administração nos anos 2000, levando-os a quedas vertiginosas tanto nos gramados como nas finanças, o que será abordado nos próximos tópicos.

3.3 PREMIER LEAGUE E OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO

O surgimento da *Premier League* tem relação direta com os direitos de transmissão e os anseios dos clubes por aumentar suas receitas. Até a temporada 1991-1992, os direitos de transmissão do Campeonato Inglês nas quatro divisões eram negociados de forma conjunta pela *Football League*, em um ambiente onde apenas duas emissoras disputavam, BBC e ITV, formando, aparentemente, uma espécie de cartel e, conseqüentemente, reduzindo o poder de negociação dos clubes. O domínio das emissoras, ora em contratos individuais, ora conjuntos, se manteve até 1988, quando a ITV conquistou os direitos de transmissão com exclusividade para o período 1989-1992, no entanto, o descontentamento dos clubes continuava e foi ampliado pela entrada de duas novas emissoras no mercado inglês.

Na segunda metade dos anos 1980, BSB e Sky chegaram à Inglaterra dispostas a romper o domínio da BBC e ITV, aumentando o poder de barganha de todos os clubes, dos grandes aos menores. Enquanto os clubes pequenos criticavam o fato de que mais de 40% das receitas com TV eram destinadas para Arsenal, Everton, Liverpool, Manchester United e Tottenham Hotspur, os clubes grandes desejavam negociar seus direitos de transmissão de forma individualizada, a fim de aumentar suas receitas e se livrar do rateio por divisão imposto pela *Football League* para as quatro divisões. Mas o principal objetivo de todos os clubes,

segundo Buraimo et al (2006) e Dobson e Goddard (2011), era colocar os equipes no cobijado mercado das TVs a cabo.

Em 1991, os clubes da primeira divisão anunciaram a FAPL (*Football Association Premier League*), separada da *Football League*, com suas próprias regras e livres para negociar seus direitos de transmissão sem qualquer intervenção ou rateio com outras divisões. O objetivo de vender para as TVs a cabo e ampliar as receitas foi alcançado de forma imediata com a venda dos direitos de transmissão para a BSkyB²⁵ e a venda dos direitos de transmissão dos melhores momentos (*highlights*) para a BBC exibir aos sábados em programas esportivos.

Tabela 8 - Receitas anuais com a venda dos Direitos de Transmissão da Premier League entre 1993 e 2007 em milhões de Libras (£) – valores nominais

	1993-1997	1998-2001	2002-2004	2005-2007
Ao vivo	38	155	367	341
Melhores momentos	5	18	60	35
Internacional	9	25	60	97
Outras divisões	NC	NC	80	45
Total	52	198	567	518
Número de partidas ao vivo	60	60	106	106
Emissora (ao vivo)	BSkyB	BSkyB	BSkyB	BSkyB
Emissora (melhores momentos)	BBC	BBC	ITV	BBC

Fonte: Dobson e Goddard (2011)

Nota: Alguns dados não constavam (NC) na bibliografia.

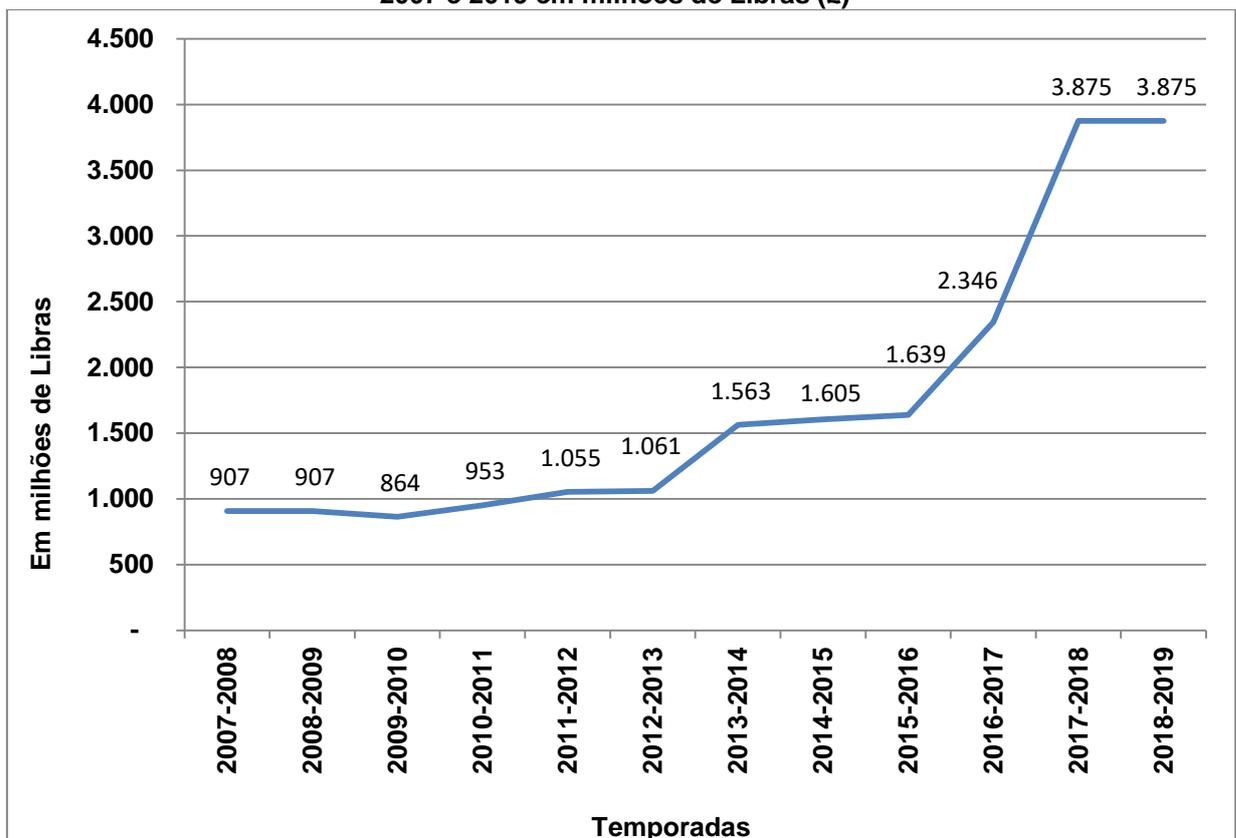
De acordo com a tabela 8, fica evidente o impacto dos direitos de transmissão nos clubes ingleses, principalmente na era da *Premier League*, além de mostrar o domínio de um novo conglomerado em relação a transmissão dos jogos. Em relação ao primeiro contrato, de 1993 a 1997 para o terceiro, de 2002 a 2004, os valores por temporada subiram mais de dez vezes, alcançando 567 milhões de libras. No contrato seguinte, de 2005 a 2007, o crescimento dos direitos de transmissão sofreu uma redução, porém, apesar do avanço das receitas oriundas com emissoras fora da Inglaterra, atingindo 90 milhões de libras por temporada no período.

No quinto contrato envolvendo a *Premier League* e as emissoras, para o período de 2008 a 2010, as regras de negociação para o público local foram alteradas, como aponta Dobson e Goddard (2011). Com as alterações, os direitos de transmissão foram divididos em seis pacotes, com 23 jogos cada, sendo que nenhuma emissora poderia comprar todos os jogos. Cada pacote era dividido de

²⁵ A BSkyB é a fusão das emissoras BSB e Sky, formando a British Sky Broadcasting Group.

acordo com a audiência dos jogos a partir de critérios como dias e horários, e era garantido as emissoras a prioridade para escolher quais jogos transmitir em seus horários. A divisão dos jogos em seis pacotes fez com que as receitas oriundas da televisão continuassem a aumentar, já que a emissora irlandesa Setanta pagou 392 milhões de Libras por dois pacotes, enquanto a BSkyB investiu 1,3 bilhão de Libras pelos outros quatro pacotes. No entanto, a Setanta não conseguiu arcar seus pagamentos devido a problemas financeiros que levaram a coloca-la sob administração em Junho de 2009. Para a temporada 2009/2010, os 46 jogos que eram da Setanta foram adquiridos pela ESPN por 90 milhões de Libras, fazendo com que os clubes da *Premier League* não tenham sentido um grande impacto em suas receitas, como aponta Dobson e Goddard (2011), já que a emissora inglesa havia pago cerca de 170 milhões de Libras.

Gráfico 2 - Receitas anuais com a venda dos Direitos de Transmissão da Premier League entre 2007 e 2019 em milhões de Libras (£)



Fonte: Dobson e Goddard (2011) e Statista (2017)

O gráfico 2 mostra a evolução das receitas com direitos de transmissão da *Premier League* sob o formato de venda de pacotes, que mostra o crescimento

contínuo das receitas, excentuando-se a temporada 2009-2010, afetada pela transição contratual envolvendo Setanta e ESPN. O que mais chama a atenção é a expansão cada vez mais forte das receitas com direitos de transmissão, especialmente a partir do contrato envolvendo o período 2013-2014 a 2015-2016, quando os clubes arrecadaram com direitos de transmissão 1,6 bilhão de Libras, em média. O oitavo contrato assinado pela *Premier League*, vigente entre as temporadas 2016-2017 até 2018-2019, custou mais de 10 bilhões de Libras, sendo 5,3 bilhões de Libras para as transmissões no Reino Unido – Sky e BT - e o restante para as transmissões internacionais, oriundo da venda dos direitos de transmissão para o mercado externo, representado por mais de 210 países, mostrando a importância da competição em todos os cantos do planeta, e fazendo com que as projeções apontem para quase 4 bilhões de Libras a ser divididos entre os clubes por temporada²⁶.

Tabela 9 - Lista de países e emissoras detentoras dos direitos de transmissão da Premier League entre 2016-2017 e 2018-2019

País	Emissora (s)
Reino Unido	SkySports & BTSports
Estados Unidos	NBC
Canada	SportsNet & TSN
Austrália	OPTUS
Alemanha	Perform Group
França	Altice
Espanha	Moviestar
Países árabes	beIN Sports Arabia
India	STAR Sports
Itália	FoxSports Italia
África do Sul	SuperSports
Holanda	FoxSports Netherlands
Rússia	NTV Plus
Coreia do Sul	SBS Sports
Brasil	ESPN Brasil
América do Sul (outros)	DirectTv
México	Sky Mexico
Cingapura	Singtel
Irlanda	Setanta Sports

Fonte: Premier League (2016)

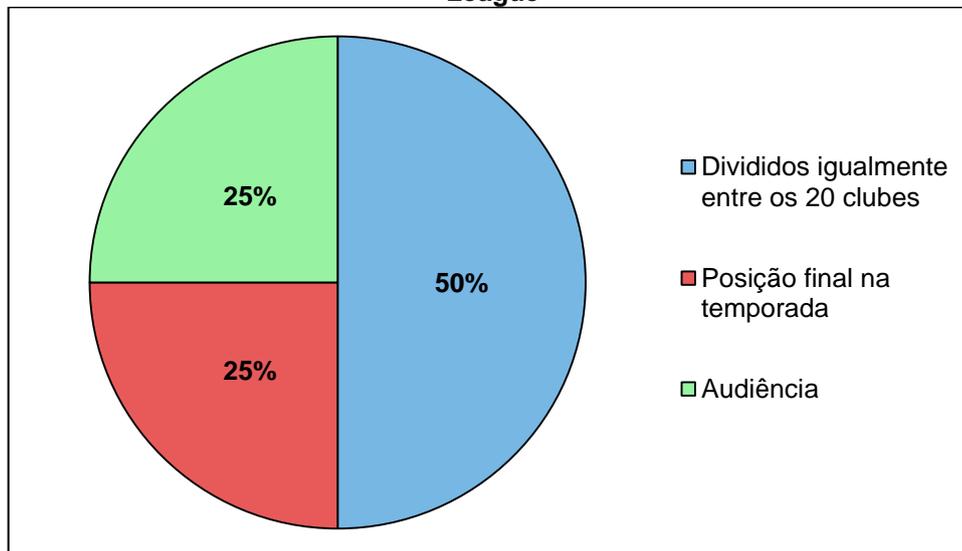
Na tabela 9, temos as emissoras detentoras dos direitos de transmissão em alguns países, entre eles o Brasil, onde a ESPN Brasil detem os direitos da

²⁶ Os valores referentes às temporadas podem sofrer alterações decorrentes de regras contratuais que não são de conhecimento do público. Por isso, para as temporadas 2017-2018 e 2018-2019, foi estipulado o valor de 3,875 bilhões de Libras por ser a média dos dois anos restantes do contrato, supondo o valor final de 10,1 Bilhões de Libras, noticiado pela *Premier League*.

competição com exclusividade no país. Até a temporada 2015-2016, os direitos de transmissão eram divididos no Brasil entre ESPN Brasil e FOX Sports, que sublocava da primeira.

Que a *Premier League* é uma competição que desperta a atenção de muitas pessoas em todas as partes do mundo, não é nenhuma novidade, e um dos motivos da competição ser tão acirrada é o equilíbrio das equipes, em grande parte ajudado pela forma em que são divididos os direitos de transmissão, que favorecem a todos os clubes, fazendo com que a diferença de receitas oriundas da TV entre o campeão e o último colocado, por exemplo, seja muito inferior do que encontramos em outras ligas nacionais.

Gráfico 3 - Rateio dos Direitos de Transmissão (Reino Unido) para os participantes da Premier League



Fonte: Elaborado pelo autor.

Como o gráfico 3 mostra, 50% dos direitos de transmissão são divididos igualmente entre as 20 equipes participantes, enquanto 25% são divididos de acordo com os índices audiência das equipes na televisão e os 25% restantes são divididos conforme a classificação de cada equipe na temporada. Porém, é importante ressaltar que esse rateio é utilizado *apenas* para as receitas provenientes dos direitos de transmissão dos países Reino Unido, já que as receitas obtidas através das emissoras dos outros países são divididas entre todos os clubes da mesma forma, sem quaisquer percentuais de acordo com índices de audiência e/ou campanha na competição.

A divisão dos direitos de transmissão da *Premier League* permite com que todos os clubes possam efetuar grandes negócios, já que mesmo as equipes pequenas conseguem investir em bons estádios, modernos centros de treinamento e, também, em jogadores. Temporada após temporada, essa divisão vem sendo cada vez mais equilibrada, como podemos ver a partir da temporada 1992-1993, cuja proporção dos direitos de transmissão entre o primeiro e o último colocado da *Premier League* era de 2,7 para 1; na temporada 2010-2011, a proporção foi de 1,66 para 1; na temporada 2011-2012, 1,54²⁷; na temporada 2015-2016, tivemos a menor proporção de toda a série, chegando a 1,52; na recém encerrada temporada 2016-2017, a proporção foi praticamente estável, atingindo 1,53.

Tabela 10- Rateio dos Direitos de Transmissão da Premier League em valores nominais na temporada 2015-2016, em milhões de Libras esterlinas

Equipe	Jogos ao vivo (UK)	Divisão igualitária	Audiencia	Mérito	Comercial	Total
Leicester City (Campeão)	15	21,924	12,521	24,848	4,509	63,802
Arsenal	27	21,924	21,496	23,605	4,509	71,534
Tottenham Hotspur	21	21,924	17,009	22,363	4,509	65,805
Manchester City	25	21,924	20	21,12	4,509	67,553
Manchester United	26	21,924	20,748	19,878	4,509	67,059
Southampton	12	21,924	10,277	18,636	4,509	55,346
West Ham	15	21,924	12,521	17,393	4,509	56,347
Liverpool	23	21,924	18,505	16,151	4,509	61,089
Stoke City	10	21,924	8,782	14,908	4,509	50,123
Chelsea	22	21,924	17,757	13,666	4,509	57,856
Everton	18	21,924	14,765	12,424	4,509	53,622
Swansea City	10	21,924	8,782	11,181	4,509	46,396
Watford	10	21,924	8,782	9,939	4,509	45,154
West Bromwich	10	21,924	8,782	8,696	4,509	43,911
Crystal Palace	10	21,924	8,782	7,454	4,509	42,669
Bournemouth	10	21,924	8,782	6,212	4,509	41,427
Sunderland	13	21,924	11,025	4,969	4,509	42,427
Newcastle (Rebaixado)	16	21,924	13,269	3,727	4,509	43,429
Norwich (Rebaixado)	10	21,924	8,782	2,484	4,509	37,699
Aston Villa (Rebaixado)	11	21,924	9,53	1,242	4,509	37,205

Fonte: Premier League (2016)

Na tabela 10, temos a distribuição dos direitos de transmissão da temporada 2015-2016, uma temporada que certamente ficará marcada na história do futebol

²⁷ (THE GUARDIAN, 2011).

inglês por marcar a conquista inédita do Leicester City, time com um poder de investimento muito menor se compararmos suas receitas totais com os principais clubes ingleses. Fica visível pela tabela 10 que boas campanhas na *Premier League* trazem benefícios aos clubes, em especial ao campeão, como pode ser observado na coluna “Mérito”, onde os “Foxes” receberam quase 25 milhões de Libras, superando até o valor inicial pago para todos os clubes de, aproximadamente, 22 milhões de Libras. A conquista do Leicester City, entretanto, surpreendeu a todos, pois se tratava um dos favoritos das casas de apostas para ser rebaixado na temporada inglesa e talvez somente torcedores *realmente* fanáticos pudessem acreditar que encerrariam a temporada vendo seu time no topo do futebol inglês e exaltado mundialmente²⁸.

Tabela 11- Rateio dos direitos de transmissão da Premier League na temporada 2016-2017.

Equipe	Jogos ao vivo (UK)	Divisão igualitária	Audiencia	Mérito	Total
Chelsea (Campeão)	28	84,4	30,4	38,4	153,2
Tottenham Hotspur	25	84,4	27,8	36,5	148,7
Manchester City	28	84,4	30,4	34,6	149,4
Liverpool	29	84,4	31,4	32,6	148,4
Arsenal	25	84,4	27,6	30,7	142,7
Manchester United	28	84,4	30,4	28,8	143,6
Everton	18	84,4	21,1	26,9	132,4
Southampton	15	84,4	18,2	25	127,6
West Bromwich	11	84,4	14,5	23,1	122
Bournemouth	13	84,4	16,4	21,1	121,9
Leicester City	16	84,4	19,2	19,2	122,8
West Ham	15	84,4	18,2	17,3	119,9
Crystal Palace	14	84,4	17,3	15,4	117,1
Stoke City	9	84,4	13,6	13,4	111,4
Burnley	10	84,4	13,6	11,5	109,5
Watford	13	84,4	16,4	9,6	110,4
Swansea	10	84,4	13,6	7,7	105,7
Hull City (Rebaixado)	8	84,4	13,5	5,8	103,7
Middlesbrough (Rebaixado)	13	84,4	16,4	3,8	104,6
Sunderland (Rebaixado)	8	84,4	13,6	1,9	99,9

Fonte: Premier League (2017)

Entretanto, a temporada de sonho do pequeno Leicester City não chegou nem perto de ser repetida em 2016-2017, edição conquistada pelo Chelsea, um dos

²⁸ A incredulidade da conquista da *Premier League* pelo Leicester City pode ser analisada sob a ótica das casas de apostas. A William Hill, uma das principais casas do ramo na Inglaterra, no início da temporada 2015-2016, oferecia um prêmio de 5 mil libras para cada libra apostada na conquista do Leicester City. O resultado: um prejuízo de mais de 3 milhões de Libras e diversas propostas de acordos antes do término da disputa com seus apostadores, o que pode ter evitado um prejuízo ainda maior.

clubes mais ricos do mundo e que vem dominando o futebol local na última década com o Manchester United e o seu coirmão, o Manchester City. A conquista dos Blues foi refletida no rateio dos direitos de transmissão, como mostra a tabela 11, já com os valores do novo contrato, enquanto o lanterna Sunderland arcou com as consequências de seu rebaixamento, recebendo menos de 2 milhões de Libras pela sua performance nos gramados.

A relação entre a *Premier League* e as emissoras é motivo de muitos elogios, porém, também tem seus críticos, tanto nos clubes como entre os torcedores e na academia. Um dos pontos criticados é comum às principais ligas no mundo, em especial as europeias e as sul-americanas, diz respeito ao excessivo poder que as emissoras possuem sobre as competições. Guschwan (2016) defende a presença da televisão nos esportes e reconhece sua importância, no entanto, cita o fato de que, ao pagar valores exorbitantes pelos direitos de transmissão dos campeonatos, acaba exigindo contrapartidas, tais como a escolha dos horários das partidas, que muitas vezes acabam sendo em horários desfavoráveis para os torcedores locais. As emissoras precisam recuperar o investimento feito, para isso precisam vender seus produtos – intervalos, por exemplo – para as empresas, que alocam seus recursos conforme a audiência da emissora, ajustando, assim, seus níveis de preços.

Guschwan (2016) aborda a ênfase especial das emissoras para o mercado asiático em relação aos horários das partidas na *Premier League*, o que nem sempre é favorável para o telespectador local ou quem vai ao estádio. É importante frisar que, mesmo assim, a taxa de ocupação dos estádios ingleses vem se mantendo em patamares excelentes nas últimas décadas. Porém, a crítica de Guschwan (2016) é coerente com o que acontece em algumas ligas, como a italiana, francesa e brasileira, por exemplo.

Outro ponto tratado por Cleland (2010), vem a ser a mudança no perfil da relação entre clube e torcida. Para o autor, nos últimos 25 anos, o futebol passou por diversas mudanças – televisão, investimentos, tecnologia, entre outras – que acabaram alterando a percepção dos torcedores para com seus clubes. Para os torcedores, os clubes acabam excluindo-lhes de certas tomadas de decisões ou atribuindo-lhes um peso menor do que no passado, talvez pelo fato de que muitos desses clubes são propriedades de investidores ou conglomerados internacionais,

fazendo com que alguns torcedores sintam-se menos ativos dentro da vida do clube.

Del Barrio (2016) trata um pouco dessa questão envolvendo a mudança de perfil na relação torcedor *versus* clube, porém, por meio da análise midiática que os atletas e técnicos, em especial os mais famosos, despertam nos torcedores. O autor usa a metodologia MERIT – Methodology for the Evaluation and Rating of Intangible Talent – para analisar os ativos intangíveis, no caso, os profissionais por meio do cruzamento das notícias publicadas sobre os atletas nos meios de comunicação e toda e qualquer informação que seja publicada sobre os atletas em jornais e revistas.

Tabela 12 - 10 jogadores mais midiáticos da temporada 2014-2015 segundo a abordagem MERIT

Ranking 2014-2015	Jogador	Equipe	Índice MERIT
1	Lionel Messi	Barcelona	52,78
2	Cristiano Ronaldo	Real Madrid	49,92
3	Wayne Rooney	Manchester United	36,94
4	James Rodriguez	Real Madrid	33,99
5	Luis Suarez	Liverpool / Barcelona	29,94
6	Neymar	Barcelona	26,5
7	Gareth Bale	Real Madrid	22,13
8	Alexis Sanchez	Barcelona / Arsenal	21,03
9	Diego Costa	Atletico Madrid / Chelsea	17,79
10	Sergio Aguero	Manchester City	17,61

Fonte: Del Barrio (2016).

Tabela 13 - 10 treinadores mais midiáticos da temporada 2014-2015 segundo a abordagem MERIT

Ranking 2014-2015	Técnico	Equipe	Índice MERIT
1	José Mourinho	Chelsea	28,05
2	Luis Enrique	Barcelona	23,75
3	Arsene Wenger	Arsenal	21,84
4	Louis van Gaal	Manchester United	21,25
5	Carlo Ancelotti	Real Madrid	20,2
6	Manuel Pellegrini	Manchester City	17,31
7	Brendan Rodgers	Liverpool	12,38
8	Pep Guardiola	Bayern Munich	10,64
9	Laurent Blanc	Paris Saint Germain	8,74
10	Diego Simeone	Atletico Madrid	6,83

Fonte: Del Barrio (2016).

De acordo com as tabelas 12 e 13, Lionel Messi e José Mourinho são os mais midiáticos entre os jogadores e treinadores, respectivamente. Cada resultado representa quantas vezes mais representa seu valor midiático em relação à média. Por exemplo, Lionel Messi é 52,78 vezes mais midiático que a média, já Cristiano Ronaldo é 49,92 vezes e assim sucessivamente. Del Barrio (2016) também fez um estudo midiático sobre as principais Ligas europeias, segundo o qual a *Premier*

League é a mais midiática, com 36,6%, seguida de perto pela Liga Espanhola, com 34,2%, o que leva o autor a fazer uma abordagem contrária a um possível desinteresse da liga pela sua pouca competitividade, uma vez que Real Madrid e Barcelona são dominantes, por vezes ameaçados por uma terceira força, ora Valencia, ora Deportivo La Coruña, ora Atlético de Madrid. Para Del Barrio (2016), a presença de grandes atletas, principalmente no Real Madrid e no Barcelona, faz com que a competição seja atrativa, independentemente dos times.

A última crítica que se faz é decorrente da centralização dos recursos dos direitos de transmissão na *Premier League*, causando um verdadeiro vazio entre as outras três divisões. Segundo Buraimo et al (2006), no período entre 1993-1994 e 2002-2003, a *Premier League* ficou com 74% das receitas dos direitos de transmissão, enquanto as três divisões seguintes ficaram com 18%, 6% e 3%, respectivamente. Uma diferença muito maior se comparada ao período pré-*Premier League*, onde o rateio dos direitos de transmissão era de 50%, 25%, 12,5% e 12,5%, respectivamente. Para Buraimo et al (2006), tamanha diferença pode ser prejudicial às ambições dos clubes alcançarem promoções e se estabilizarem na divisão superior, com nível de competitividade maior.

Por fim, pode-se dizer que a *Premier League* promoveu uma verdadeira revolução no futebol inglês e serve de exemplo para as principais ligas do mundo. Seu modelo de gestão, desassociando da *Football League* e rompendo o antigo cartel da BBC-ITV permitiu aos clubes obter contratos inicialmente milionários, agora bilionários com emissoras de TV pagas, além de espriar a Liga para todos os cantos do planeta, trazendo mais recursos e popularizando os clubes. Inclusive os clubes das divisões cuidadas pela *Football League* foram beneficiados com contratos volumosos, porém, nada é perfeito, muito menos o futebol. Para alguns, a *Premier League* fica dependente das escolhas da televisão, principalmente em relação aos horários e números de jogos; para outros, a relação entre torcedor, clube e atleta vem se alterando, sendo que os atletas estão recebendo importância muitas vezes comparável aos clubes; há gente que considera que a *Premier League* exerce uma centralização abusiva no que diz respeito aos direitos de transmissão, deixando as outras divisões com um percentual muito baixo. Porém, entre todos os defensores ou críticos, temos um consenso de que o futebol inglês passou por uma imensa transformação a partir da temporada 1992-1993, transformação essa que

não demonstra sinais de enfraquecimento ou estabilização, seja no desenvolvimento da Liga, seja em relação à captação de mais receitas, principalmente através dos direitos de transmissão.

3.4 GESTÃO E CAPTAÇÃO DOS RECURSOS NA *PREMIER LEAGUE*

A divisão dos direitos de transmissão da *Premier League* acaba sendo coerente com a lógica econômica e a natureza do futebol em si. Gratton e Solberg (2007), Del Barrio e Pujol (2016), Guschwan (2016), Szysmanski (2015), entre outros, partem do princípio de que o grande diferencial do futebol em relação aos outros esportes é a incerteza do resultado. O futebol é um esporte onde as equipes dispõem de três opções de resultados, porém, é o esporte com maior chance do favorito perder para o azarão²⁹, onde a incerteza do resultado reflete o equilíbrio competitivo das equipes participantes de uma partida ou campeonato. Em uma competição em que não existem grandes diferenças entre as equipes, a tendência é que haja um alto grau de balanço competitivo, como salienta Gratton e Solberg (2007).

No entanto, as ligas profissionais, segundo Fort e Quirk (1995) e Pindyck e Rubinfeld (2010), são exemplos clássicos de cartéis. A *Premier League* é a organização representante do cartel, regulando as normas gerais dos clubes participantes, limitando suas participações para a liga local, as copas inglesas, as competições da UEFA e a Copa do Mundo de Clubes da FIFA. Entretanto, Gratton e Solberg (2007) sinalizam para o fato de que a organizadora do cartel, no caso, a *Premier League*, depende de terceiros para gerar o produto e, no caso dos esportes, no mínimo duas equipes reunidas no mesmo local para disputar uma partida. Essa dependência de terceiros para gerar o produto é o que Neale (1964) chama de “peculiaridade econômica dos esportes”, fazendo com que a *Premier League* tenha preocupação com o nível de disputa de seu torneio, especialmente pelo rateio equilibrado dos direitos de transmissão dos clubes, visando a manutenção de um considerável grau de incerteza dos resultados e um alto balanço competitivo, como vemos nos dias atuais.

²⁹ O caso da TF1, abordado no capítulo anterior por Desbordes (2006) referente à participação da seleção francesa na Copa do Mundo de 2002 é um exemplo claro da imprevisibilidade do esporte.

Com uma liga equilibrada, os clubes ganham força e maior atratividade para o mercado, refletido nos contratos de televisão e patrocinadores para os clubes e a competição. Gratton e Solberg (2007) citam cinco pontos como os principais fatores para a captação de receitas, que são:

- a) população;
- b) condições econômicas da localidade dos clubes;
- c) história;
- d) popularidade do esporte;
- e) disponibilidade de equipes substitutas.

A importância da questão populacional se dá especialmente na relação com a taxa de ocupação dos estádios, como podemos ver na temporada 2015-2016 da *Premier League*, a despeito de que clubes grandes, como Arsenal, Chelsea, Liverpool, Manchester City e Manchester United possuem uma ampla base de torcedores em todos os continentes, assim como diversos clubes europeus.

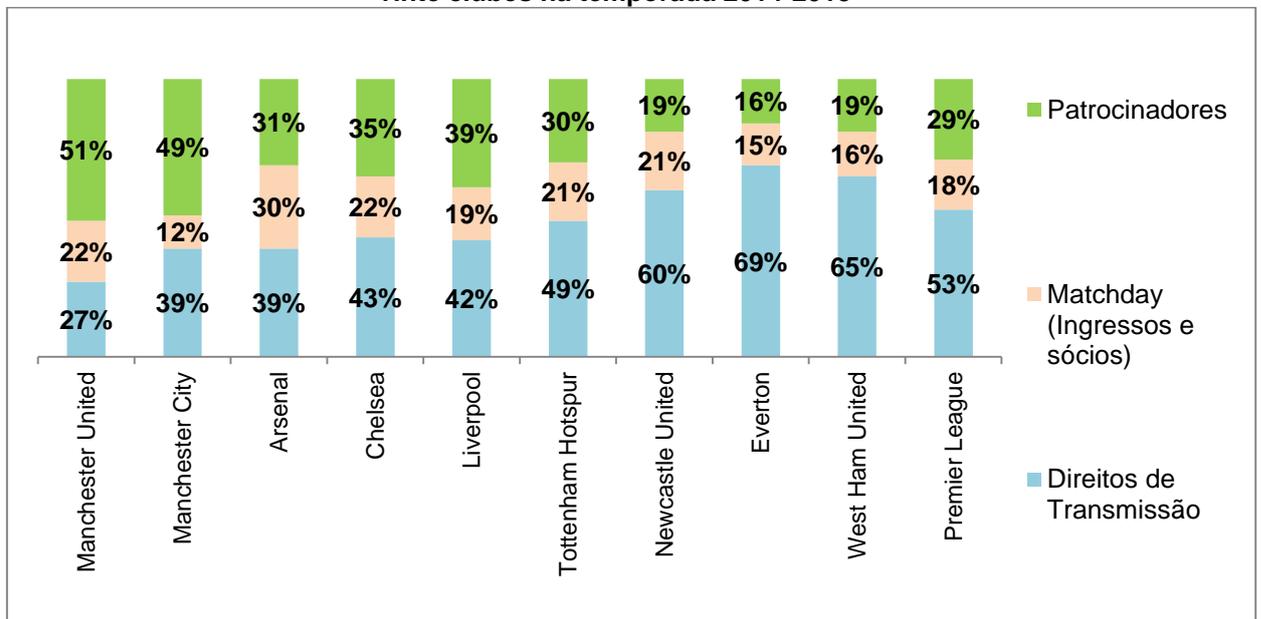
Tabela 14 - Público médio e taxa de ocupação dos estádios ingleses na edição 2015-2016 da Premier League

Clube	Partidas	Público médio	Total	Taxa de Ocupação (%)	Cidade
AFC Bournemouth	19	11,366	215.947	99,1	Bournemouth
Arsenal FC	19	59.980	1.139.620	99,5	Londres
Aston Villa	19	33.372	634.068	79,1	Birmingham
Chelsea	19	41.500	788.500	99,3	Londres
Crystal Palace	19	24.649	468.331	98,3	Londres
Everton	19	38.132	724.508	96,4	Liverpool
Leicester City	19	32.024	608.456	99,1	Leicester
Liverpool	19	44.212	840.028	98,8	Liverpool
Manchester City	19	54.013	1.026.247	98	Manchester
Manchester United	19	75.279	1.430.301	99,5	Manchester
Newcastle United	19	49.929	948.651	95,4	Newcastle
Norwich City	19	26.973	512.487	99,9	Norwich
Southampton	19	30.782	584.858	94,7	Southampton
Stoke City	19	27.534	523.146	99,3	Stoke-on-Trent
Sunderland	19	43.071	818.349	88,4	Sunderland
Swansea City (Gales)	19	20.711	393.509	99,1	Swansea
Tottenham Hotspur	19	35.859	681.321	98,8	Londres
Watford	19	20.589	391.191	95,8	Watford
West Bromwich Albion	19	24.589	467.191	91,6	West Bromwich
West Ham United	19	34.871	662.549	98,7	Londres
Total	380	NA	13.196.709	NA	NA
Média	NA	35.904	NA	96,3	NA

Fonte: Premier League (2016).

A tabela 14 mostra que os clubes ingleses alcançaram na temporada 2015-2016 uma taxa de ocupação de quase 100% da capacidade dos estádios, gerando mais de 13 milhões de torcedores apenas nos estádios, com uma média de quase 36 mil torcedores por jogo. Arsenal e os clubes de Manchester, juntos, levaram quase 3,6 milhões de torcedores para seus jogos, enquanto clubes menores, como Bournemouth e Watford, também conseguiram lotar seus estádios em todas as partidas. A taxa de ocupação de quase 100% sinaliza o alto interesse dos torcedores em acompanhar seus clubes, além de mostrar que os jogos são suficientemente competitivos para despertar a atenção. No entanto, a questão locacional que ajuda a lotar os estádios ingleses não é *necessariamente* uma condição para tal, tendo em vista a baixa taxa de ocupação dos estádios em outras ligas, mesmo com um alto nível de competitividade, como a brasileira, cujas principais equipes são sediadas em grandes municípios.

Gráfico 4 - Fontes de receita dos nove clubes mais ricos da Premier League e a média dos vinte clubes na temporada 2014-2015



Fonte: Deloitte (2016).

O gráfico 4 mostra as três principais fontes de receitas dos nove clubes mais ricos, assim como a distribuição média dos participantes da *Premier League* na

temporada 2014-2015, segundo Deloitte (2016). Podemos traçar duas conclusões deste gráfico:

- a) os clubes tradicionais - e mais ricos - dependem menos dos direitos de transmissão;
- b) os demais clubes são dependentes dos direitos de transmissão.

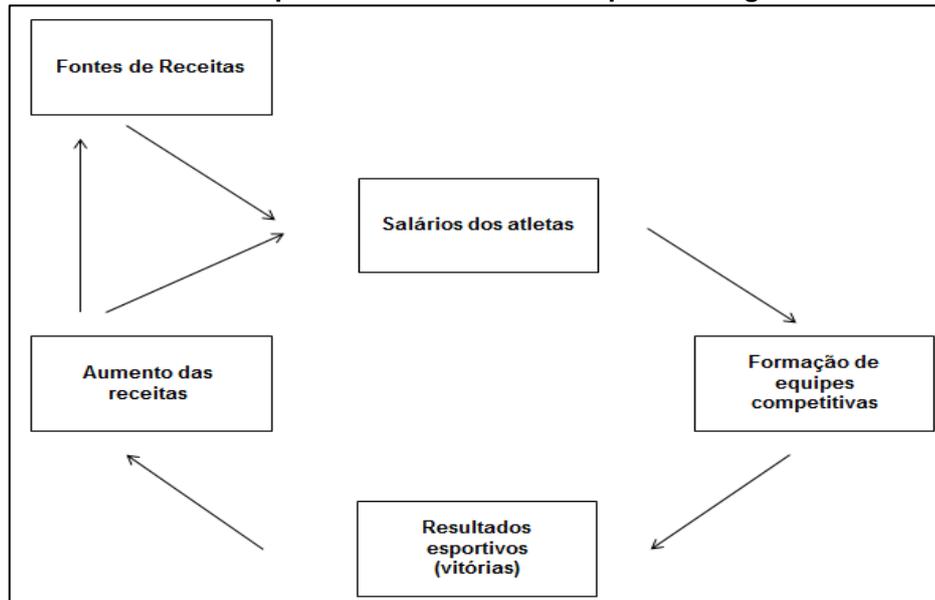
Um exemplo da primeira conclusão é o Manchester United, único clube inglês cuja arrecadação com direitos de transmissão representa menos de 30% das receitas da equipe. Este resultado não é inesperado tendo em vista o alcance global da equipe, quiçá a mais popular no mercado asiático, além do fato de que o potencial de receitas do clube para as temporadas seguintes é ainda maior, dado o retorno do clube inglês a disputar a fase de grupos da UEFA *Champions League*, após a conquista da UEFA *Europa League* na temporada 2016-2017.

Por outro lado, temos os direitos de transmissão representando, em média, 53% das receitas dos clubes da *Premier League*, puxados, principalmente, pelas equipes médias e pequenas da competição, que dependem desses recursos uma vez que não possuem tantas disponibilidades de arrecadar recursos com patrocinadores, especialmente. É importante ressaltar que os direitos de transmissão no futebol inglês são pouco concentrados, representando uma equilibrada divisão de suas verbas, no entanto, isso não quer dizer que todos os clubes da *Premier League* disponham das mesmas capacidades de captação de recursos nas demais fontes de receitas.

3.5 PERFORMANCE E OS GASTOS COM ATLETAS NA *PREMIER LEAGUE*

Um clube de futebol, para manter e formar torcedores, precisa vencer. Para vencer, a tendência é que o clube procure obter os melhores atletas para suprir as demandas de seu elenco e consiga conquistar vitórias e títulos. Por outro lado, quanto maior a pretensão de um clube, mais qualificados serão os jogadores a ser contratados e, conseqüentemente, mais caros. Em uma liga que envolve cifras exorbitantes com patrocínios, direitos de transmissão e ingressos, é natural que o nível de preços dos atletas seja bastante elevado. Para Baroncelli e Lago (2006), o futebol pode ser analisado pelo seguinte ciclo, representado pela figura 2:

Figura 2 - Ciclo de desempenho entre resultados esportivos e ganhos econômicos

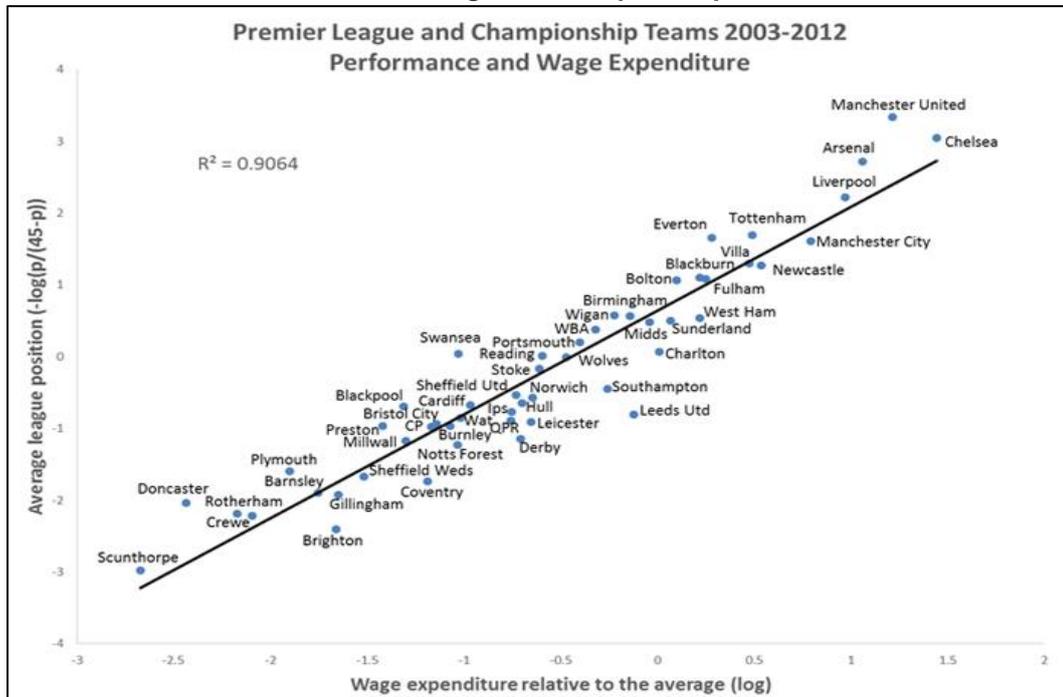


Fonte: Adaptado de Baroncelli e Lago (2006).

Para Szymanski (2015), a performance de um time de futebol não é simplesmente o somatório das performances individuais de cada atleta, por se tratar de um jogo coletivo, no qual a forma com que um atleta atua pode ajudar o colega, assim como o esquema tático da equipe ou a maneira que os adversários atuam também afetam a exibição individual do atleta. Em linhas gerais, a combinação das habilidades dos atletas parece ser mais multiplicativa que meramente aditiva. Para muitos torcedores, no entanto, o que importa para o sucesso de uma equipe é o grau de investimento dos clubes, o que é coerente com a análise de Szymanski (2015). Porém, como o próprio enfatiza, não é uma questão de simplesmente incentivar seus atletas com maiores salários, afinal, se um time não é suficientemente qualificado, ele não mudará de patamar por uma mera alteração salarial.

No período entre 1995 e 2015, ou seja, 20 edições da *Premier League*, Szymanski (2015) ressalta que em nove vezes o título ficou com a equipe com maior folha salarial, enquanto o clube com a segunda maior folha salarial venceu em sete edições, o clube com a terceira maior folha salarial venceu em três vezes e apenas uma equipe venceu com a quarta maior folha salarial no período.

Gráfico 5 - Relação entre performance e salários no período entre 2003 e 2012 dos times da Premier League e Championship



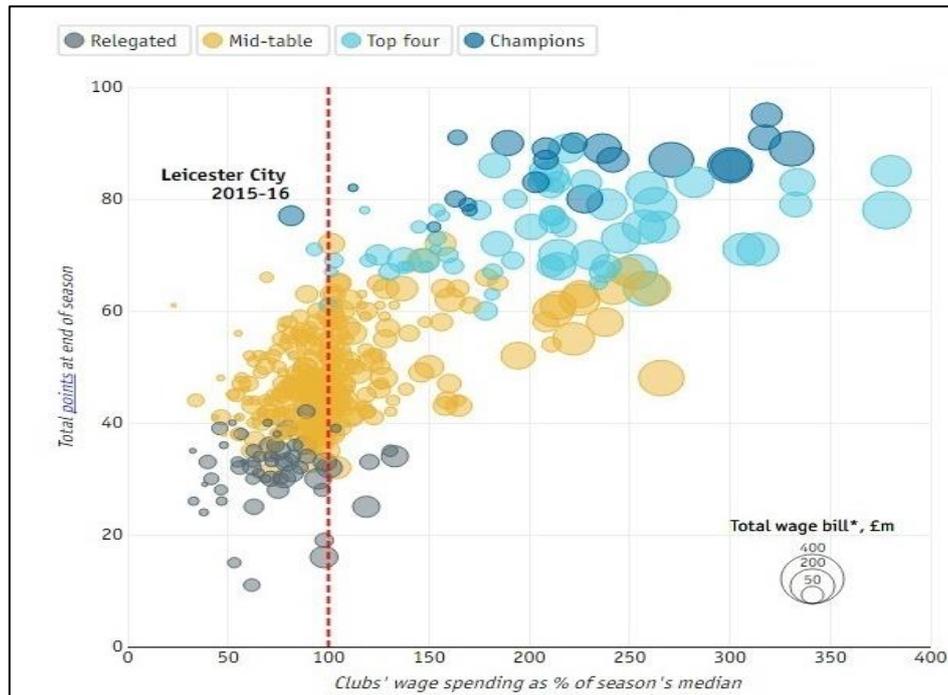
Fonte: Szymanski (2015).

Em um recorte para o período entre 2003 e 2012 com clubes da *Premier League* e *Championship*, Szymanski (2015) mostra uma correlação (R^2) de mais de 90% entre os salários dos clubes e a posição no final dos respectivos campeonatos. De acordo com o gráfico 5, quando maior o nível de salário em relação a média, maiores as chances de obtenção de bons resultados na competição, sinalizados pela presença na parte mais alta da linha dos campeões ingleses no período, que foram Arsenal, Chelsea, Manchester United e Manchester City.

Entretanto, se o livro fosse publicado em 2016, o gráfico 5 teria um ponto fora da curva, resultado da conquista do Leicester City, cuja folha salarial foi apenas a décima-sétima maior da *Premier League* na temporada 2015-2016, com um custo de 48,2 milhões de Libras³⁰, um valor irrisório se comparado ao então campeão Chelsea, cujo gasto com salários atingiu, aproximadamente, 216 milhões de Libras na temporada.

³⁰ (TOTALSPORTEK, 2017).

Gráfico 6 - Relação entre gastos com salários e pontuação no final da Premier League no período entre 1995 e 2016



Fonte: The Economist (2016).

O gráfico 6 para o período entre 1995 e 2016 mostra o quão fora da curva foi a conquista do Leicester City, mostrando um claro exemplo de que correlação não implica em causalidade, uma vez que seu nível de salários era muito inferior aos campeões das outras edições, sinalizados em um tom mais escuro de azul. No entanto, se correlação não implica em causalidade, não quer dizer que devemos desprezá-la, e o próprio Leicester City mostra o por quê. Na temporada seguinte, de defesa do título nacional e participação inédita na UEFA *Champions League*, com renovações de jogadores, reajustes salariais e novas contratações, o Leicester City ampliou seus gastos, porém, ainda muito aquém da média dos campeões ingleses e, desta vez, a campanha foi muito inferior a da temporada passada, apesar de ter feito uma boa campanha na UEFA *Champions League*.

Tabela 15 - Gastos anuais com salários nas temporadas 2015-2016 da Premier League e a variação no período

Equipe	Salários (em milhões de Libras)		Variação
	2015-2016	2016-2017	
Watford	29	41	41,30%
Leicester	48,2	66	36,90%
Bournemouth	25	34	36%
Man. City	193,8	225	16,10%
Swansea	51	59	15,60%
West Ham	69,5	79,8	14,80%
Everton	74,7	83	11,10%
Tottenham	110,5	121,2	9,60%
Liverpool	152	165,6	8,90%
Man. United	203	220,8	8,70%
Southampton	59,5	63,6	6,90%
Stoke	72,3	75,9	4,90%
Arsenal	192	200,5	4,40%
Crystal Palace	54,3	55	1,20%
Chelsea	215,6	218	1,10%
Sunderland	71	68,3	-3,80%
West Brom	68,5	65	-5,10%

Fonte: The Guardian (2011).

Nota: Não foram encontrados dados completos para Middlesbrough, Burnley e Hull City

Na tabela 15, é verificado que o Leicester City foi o segundo time que mais investiu em salários em termos da temporada anterior, com 36,9% perdendo apenas para o Watford, com 41,3%. Por outro lado, mesmo com essa variação, o nível salarial do clube continuou muito inferior aos principais clubes ingleses, tendo o Manchester City com um gasto anual com salários de 225 milhões de Libras, um recorde na história da *Premier League*. O campeão da temporada 2016-2017 foi o Chelsea, com um custo de salários na ordem de 218 milhões com o Tottenham sendo o vice campeão, com uma folha relativamente baixa, de “apenas” 121,2 milhões de Libras.

3.6 CHELSEA E MANCHESTER CITY: O PODER DO DINHEIRO

A alta correlação entre dinheiro e sucesso na *Premier League* pode ser demonstrada por duas equipes em especial: Chelsea e Manchester City. Ambas as equipes sempre foram tradicionais no futebol inglês, porém, não eram expressivas no que diz respeito a títulos, além de terem passado por situações econômicas turbulentas, em especial na década de 1980. Chelsea e Manchester City, por muito

tempo, foram os coadjuvantes de Arsenal e Manchester United em suas cidades e tiveram de lidar com o sucesso de seus adversários.

No entanto, o destino dos clubes sofreu uma grande reviravolta após a venda dos clubes para investidores. O Chelsea foi adquirido em 2003 pelo empresário russo Roman Abramovich por 140 milhões de Libras e, desde então, sofreu uma verdadeira revolução através de investimentos milionários, temporada após temporada, independentemente dos resultados operacionais do clube. Nas primeiras nove temporadas da Era Abramovich, o Chelsea operou com prejuízo em todas elas, gerando um somatório negativo de 873 milhões de Euros ou uma média anual de 97 milhões de Euros de prejuízo.

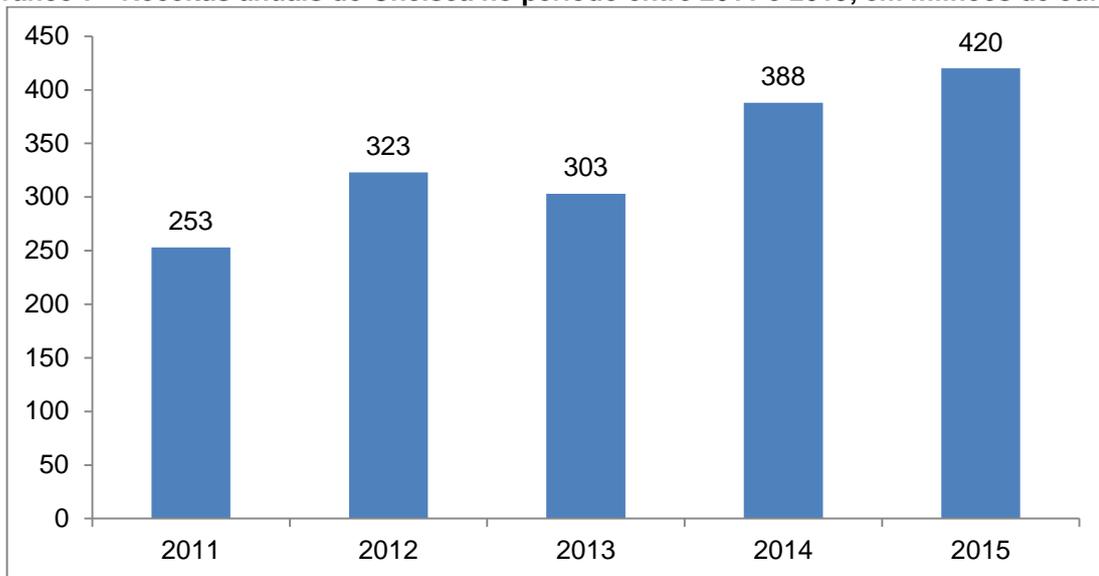
Tabela 16 - Investimentos do Chelsea com transferências, salários e seus resultados operacionais no período entre 2003 e 2012, em milhões de euros.

Temporada	Transferências	Salários	Resultado operacional
2003-2004	170	162	-125
2004-2005	135	162	-210
2005-2006	82	165	-116
2006-2007	95	194	-108
2007-2008	64	255	-98
2008-2009	35	210	-55
2009-2010	25	202	-81
2010-2011	112	225	-80
2011-2012	105	180	NC
Total	823	1.755	-873
Média	91,4	195	-97

Fonte: Elaborado pelo autor.

Como observado na tabela 16, o investidor russo não poupou esforços, investindo cerca de 823 milhões de Euros com atletas e, só com salários, atingindo incríveis 1,755 bilhão de Euros, ou uma média anual de 195 milhões de Euros. O nível de investimento continua alto, já que, conforme observado anteriormente, o clube, somente com salários, entre as temporadas 2015-2016 e 2016-2017 gastou cerca de 433,6 milhões de Euros.

Por outro lado, a política agressiva de Abramovich pode ser compreendida como uma busca para deixar sua equipe no patamar dos grandes rivais e, a médio prazo, alavancar suas receitas, o que está acontecendo nos últimos anos com o Chelsea.

Gráfico 7 - Receitas anuais do Chelsea no período entre 2011 e 2015, em milhões de euros.

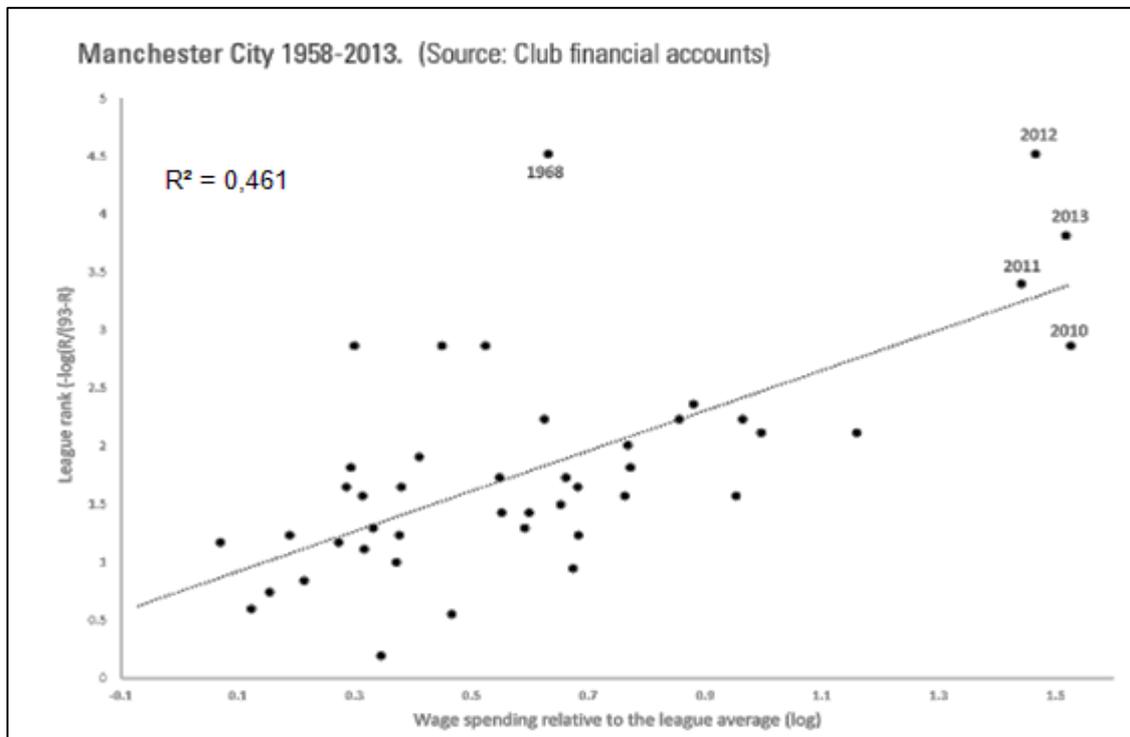
Fonte: Deloitte (2016).

Se ainda não são receitas suficientemente grandes para absorver as despesas do clube, por outro lado, mostra que o Chelsea está conseguindo crescer na arrecadação, como mostra o gráfico 7, atingindo o *status* de oitavo clube mais rico do mundo, segundo Deloitte (2016). Entretanto, dentro do campo, é inegável que os recursos alocados trouxeram resultados. Até 2016, a Era Abramovich conquistou 5 edições da *Premier League*, 3 edições da Copa da Liga Inglesa, 4 edições da Copa da Inglaterra, 1 edição da *Europa League* e, em 2011-2012, alcançou o topo do futebol europeu com a inédita conquista da *UEFA Champions League*. São conquistas que, por consequência, aumentam as receitas do clube por meio de patrocinadores e direitos de transmissão, além de ampliar o clube em nível mundial, algo que o Chelsea já conseguiu dada sua ampla base de fãs em todos os continentes.

O outro exemplo da força do dinheiro na construção de uma equipe é o Manchester City, adquirido em agosto de 2008 pelo sheik Mansour bin Zayed bin Sultan Al Nahyan ao custo de 120 milhões de Libras e, desde então, assim como o Chelsea, não vem medindo esforços para colocar os *citizens* no patamar dos grandes clubes mundiais e, especialmente, em condições de brigar de frente com o grande rival, o ainda mais rico Manchester United. Assim como aconteceu com o Chelsea, os investimentos volumosos também se concretizaram em títulos, em

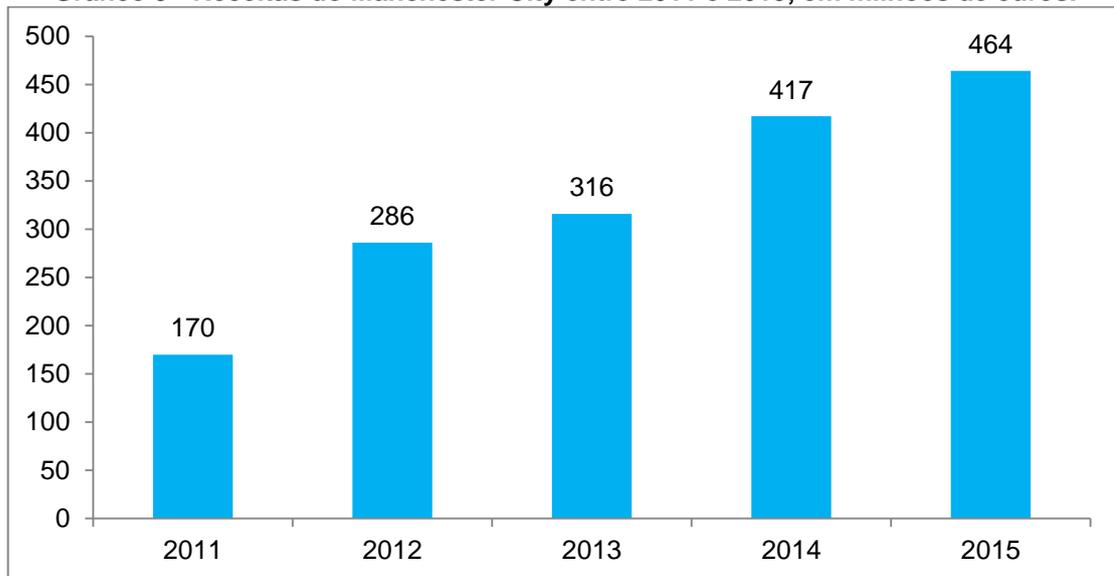
especial a *Premier League* na temporada 2011-2012, após 44 anos sem títulos, e depois de um investimento de 195 milhões de Euros na temporada.

Gráfico 8 - Relação entre salários e desempenho do Manchester City no período de 1958 a 2013



Fonte: Szymanski (2015).

Através do gráfico 8 fica evidenciada a mudança de patamar do clube, seja na classificação, seja nos gastos médios com salários. À exceção da temporada 1968, o Manchester City não tinha conquistas nacionais e fazia apenas campanhas intermediárias, ficando muito distante de seu rival local. Hoje o Manchester City é capaz de concorrer de igual para igual com os clubes mais ricos do mundo, pois é um deles, capaz de gastar mais de 600 milhões de Reais na janela de transferências de verão (junho a agosto) de 2016.

Gráfico 9 - Receitas do Manchester City entre 2011 e 2015, em milhões de euros.

Fonte: Deloitte (2016)

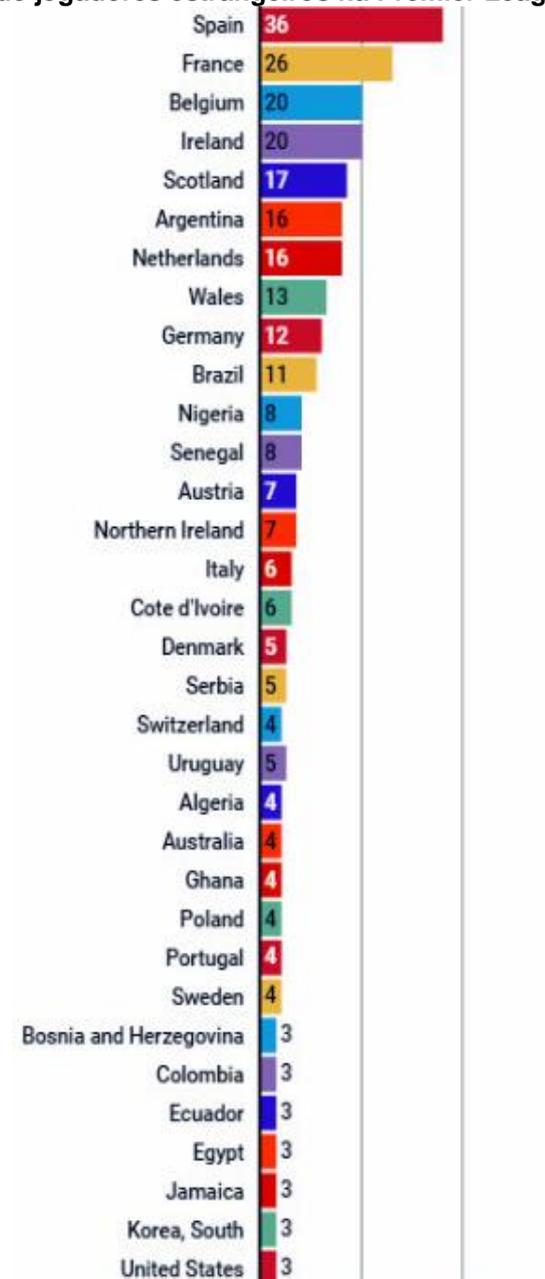
De acordo com os dados de Deloitte (2016) no gráfico 9, o Manchester City é o sexto clube mais rico do mundo; suas receitas saltaram de 170 milhões de Euros em 2011 para 464 milhões de Euros em 2015, um crescimento nominal de mais de 170% em quatro anos, fruto dos investimentos dos proprietários do clube, assim como das verbas com televisão e patrocinadores.

3.7 A *PREMIER LEAGUE* E A INTERNACIONALIZAÇÃO DOS ATLETAS

Como já foi observado no trabalho, tudo o que envolve a *Premier League* é grandioso. Grandes clubes, patrocínios elevados, direitos de transmissão bilionários e altas audiências em diversos cantos do planeta fazem desta, sem dúvida, uma liga global, tão global que busca os melhores atletas em qualquer parte do planeta, com seus times sendo compostos por verdadeiros selecionados mundiais.

Entretanto, essa reunião de jogadores de todos os cantos do planeta tem seu lado ruim para a seleção local. Ano após ano, os times ingleses contam com menos atletas locais, prejudicando, assim, o desenvolvimento de jogadores nacionais, cujo efeito é observado na seleção inglesa que, desde 1966, quando sediou a Copa do Mundo, jamais venceu um Mundial e sequer chega as fases mais agudas desde a Copa do Mundo de 1990, quando chegou às semifinais. Coincidentemente, desde o início da *Premier League*, a seleção inglesa nunca mais foi campeã, seja da Copa do Mundo, seja da Eurocopa.

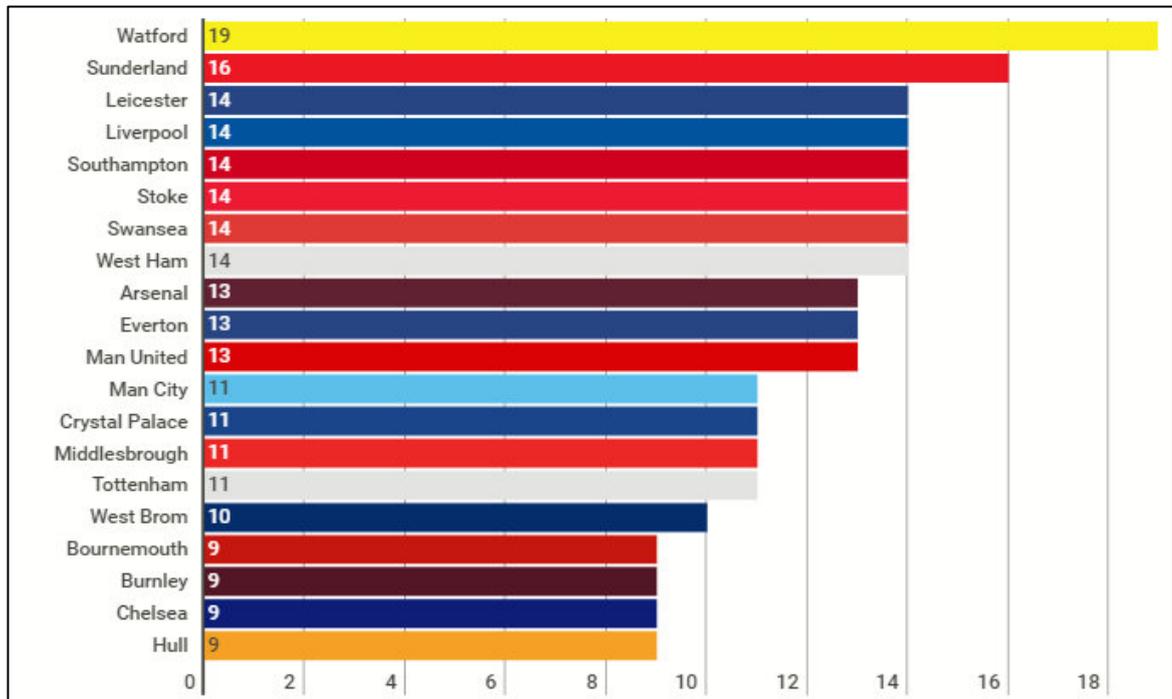
Figura 3 - Número de jogadores estrangeiros na Premier League por nacionalidade



Fonte: Premier League (2016)

A figura 3 mostra os países que possuem mais de dois jogadores na *Premier League*. Incluindo todos os atletas, há atletas de 62 países entre os 20 clubes participantes, de todos os Continentes, fazendo da liga o torneio mais internacional, dentro e fora do gramado. Espanha e França são os países mais representados, com 36 e 26 atletas, respectivamente, enquanto o Brasil conta com 11 atletas, com vários deles participantes da seleção nacional.

Figura 4 - Jogadores estrangeiros por equipe na temporada 2016-2017 da Premier League



Fonte: Premier League (2016).

Entre os 20 participantes, na figura 4, temos o Watford como o clube “menos” inglês da disputa, com 19 jogadores estrangeiros, seguido de perto por Sunderland, com 16 atletas e Leicester City, Liverpool, Southampton, Stoke City, Swansea e West Ham, com 14 atletas cada. Logo atrás vem o Arsenal, com 13 atletas, porém certamente é o clube inglês mais conhecido pela sua política de apostar em jogadores estrangeiros.

Tabela 17 - Número de escalações titulares sem ingleses na Premier League até fevereiro de 2017

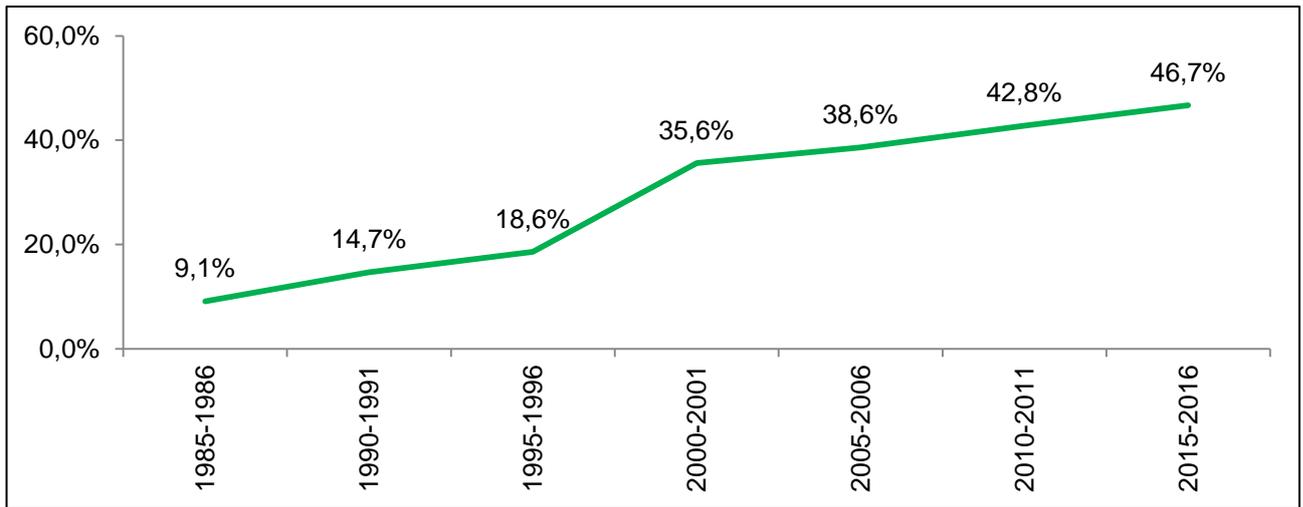
Equipe	Número
Arsenal	149
Wigan Athletic	42
Fulham	17
Newcastle United	9
Manchester City	7

Fonte: Daily Mail (2017).

A tabela 17 mostra que o Arsenal iniciou expressivas 149 partidas sem nenhum jogador inglês entre os 11 titulares na *Premier League* até o último mês de

fevereiro, mais do que o triplo do segundo colocado, o Wigan Athletic. Todas essas escalações foram feitas pelo francês Arsene Wenger, técnico dos *Gunners* desde 1996 até os dias atuais.

Gráfico 10 - Percentual de jogadores estrangeiros nas cinco principais ligas europeias entre 1985-1986 e 2015-2016.



Fonte: CIES (2016).

O gráfico 10 mostra o crescimento percentual dos atletas estrangeiros nas cinco principais ligas europeias, mostrando que a internacionalização dos atletas não é um fenômeno exclusivo da *Premier League*, apesar de ser a liga com mais jogadores estrangeiros em termos percentuais do mundo. Segundo CIES (2016), 66,4% dos jogadores da *Premier League* eram estrangeiros em dezembro de 2015, seguido pela liga belga, com 59,1% e a liga italiana, com 57,9%. Fora do continente europeu, temos a liga catari como a mais estrangeira em termos percentuais, com 36,6% de atletas em dezembro de 2015.

4 OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL

Poucas coisas simbolizam mais o Brasil do que o futebol. O único pentacampeão mundial, o país de Edson Arantes do Nascimento, de seleções históricas, mas também de fatos tristes como o 1 x 7 para a Alemanha em casa. Se houvesse uma relação diretamente proporcional entre a economia do futebol e o sucesso esportivo de uma nação, o Campeonato Brasileiro seria um dos maiores do mundo. Porém, as vitórias nos gramados são repletas de fracassos fora dele.

O futebol brasileiro é a pintura de um país que tem tudo para dar certo, porém, que vive se reciclando de crises em crises. A gestão dos clubes brasileiros, em sua maioria, não acompanha o desenvolvimento das principais ligas europeias, fazendo com que nosso futebol, administrativamente, seja muito atrasado. O objetivo deste capítulo é mostrar um panorama do futebol brasileiro desde seus primeiros passos, acompanhar sua evolução ao longo dos anos, e abordar a evolução do mercado televisivo desse esporte.

4.1 ORIGENS DO FUTEBOL BRASILEIRO

A prática do futebol em sua forma mais primitiva remete à China, assim como temos na Inglaterra o berço do esporte no que diz respeito ao seu desenvolvimento quanto à disseminação da prática e à criação das primeiras regras do jogo que conhecemos. No entanto, se há um país que pode ser chamado de “o país do futebol”, esse é o Brasil.

O nascimento do futebol no Brasil é fonte de diversas versões. Para alguns, o surgimento ocorreu em 1874¹, através de marinheiros ingleses que desembarcavam no Rio de Janeiro com uma bola. Alguns relatos apontam que a Princesa Isabel esteve presente em um dos primeiros jogos dos marinheiros ingleses, no entanto, nada que tenha despertado a atenção da realeza, sem contar o fato de que os marinheiros teriam levado a bola de volta ao retomarem a viagem.

No entanto, a versão “oficial” do surgimento do futebol, como sinaliza Dobson e Goddard (2011) e a maioria dos historiadores, está ligada ao ano de 1894, quando Charles Willian Miller retornou ao Brasil após um período de estudos na Inglaterra

¹ (COSTA, 2009).

com uma bola, um livro de regras e algumas camisetas. Inicialmente, Miller passou a ensinar futebol em seu clube, o São Paulo Athletic e, depois, em outros clubes frequentados por membros da elite paulistana. A primeira partida de futebol no Brasil ocorreu em São Paulo, no dia 14 de Abril de 1895², vencida pelo São Paulo Railway – com Miller na equipe - por 4 a 2 contra a Companhia de Gás, ambas equipes formadas por ingleses que viviam na capital paulista.

Com o passar dos anos, a prática do futebol foi crescendo e passou a ser incluída em diversos clubes paulistas, assim como em novos clubes de outros Estados, entre os quais podemos citar o Clube de Regatas do Flamengo e o Clube de Regatas Vasco da Gama, em 1895 e 1898, respectivamente, no Rio de Janeiro e o Victoria – atual Esporte Clube Vitória – em 1899, na Bahia. Em 19 de Julho de 1900, no Rio Grande do Sul, surgiu o primeiro clube exclusivamente voltado para a prática de futebol no Brasil. O Sport Club Rio Grande nasceu 23 dias antes da Associação Atlética Ponte Preta, de Campinas, sendo assim o clube em atividade mais velho do país. Desde 1976, em homenagem ao Rio Grande, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) o dia 19 de Julho como o Dia Nacional do Futebol.

Em 1901, foi criada a Liga Paulistana, composta por dois clubes formados por imigrantes europeus, tendo seu primeiro campeonato – disputado até hoje – no ano de 1902, com a participação do São Paulo Athletic, Paulistano, Germânia³, Mackenzie e SC Internacional⁴. A criação do campeonato paulista serviu como estímulo para o nascimento de novas competições estaduais, tais como o campeonato baiano em 1905, o carioca no ano seguinte, o mineiro em 1915 e o gaúcho em 1919. O surgimento das competições estaduais mostrava a expansão do futebol pelo Brasil na década de 1910, no entanto, enfatiza Dobson e Goddard (2011) o fato de que o futebol ainda era um esporte elitista, praticado apenas pelos sócios dos clubes ou por imigrantes ingleses, portugueses ou alemães em seus respectivos grupos.

² (SILVA, 2010).

³ Atual Clube Pinheiros.

⁴ Importante ratificar que, apesar do mesmo nome, não há qualquer relação com a equipe portoalegrense do Sport Club Internacional, fundada em 1909. O Sport Club Internacional de São Paulo nasceu em 1899 e acabou se unindo ao Antarctica Futebol Clube, gerando o Clube Atlético Paulista, posteriormente incorporado pelo Clube Atlético Estudantes de São Paulo em 1937, dando origem ao Estudantes-Paulista que, em 1938, foi incorporado pelo São Paulo Futebol Clube, existente até hoje.

Além do caráter elitista, o futebol era um esporte predominantemente praticado por brancos, já que os negros eram proibidos de frequentar os clubes e, conseqüentemente, de jogar futebol, transformando-o em uma atividade excludente sob o aspecto social⁵. As equipes, segundo Costa (2009), encontraram uma forma de utilizar atletas negros sem criar conflitos com seus sócios, que foi a “contratação” dos atletas para ser empregados e assim poder jogar pelos clubes. Bangu e Ponte Preta foram as duas equipes que utilizaram negros pela primeira vez, entretanto, segundo Filho (2013), o clube protagonista na inclusão dos negros no futebol foi o Clube de Regatas Vasco da Gama, fundado por portugueses. O Vasco não impôs qualquer tipo de restrição étnica ou econômica aos atletas, e obteve resultados dentro do campo, como a conquista do Campeonato Carioca de 1923, sendo um marco na luta contra o racismo. Filho (2013) ressalta o fato de a equipe ser formada basicamente por negros, mulatos, brancos semi-analfabetos e, mesmo assim, vencer a competição, surpreendendo a todos, principalmente os clubes tradicionais.

[...] desaparecera a vantagem de ser de boa família, de ser estudante, branco. O rapaz de boa família, o estudante, o branco, tinha de competir em igualdade de condições com o pé-rapado, quase analfabeto, o mulato e o preto para ver quem jogava melhor. (FILHO, 2013, p. 152).

A reação dos clubes tradicionais não demorou. Em 1924, América, Botafogo, Flamengo e Fluminense decidiram deixar a Liga Metropolitana de Desportos Terrestres (LMDT) e fundar a Associação Metropolitana de Esportes Atléticos (AMEA). Pelas regras da associação, era proibida toda e qualquer forma de remuneração aos atletas, sendo necessária a comprovação de renda, emprego e escolaridade dos mesmos. O objetivo dos fundadores da AMEA era manter o futebol como uma atividade amadora, evitando potenciais “imprevistos” como os proporcionados pelo Vasco da Gama e garantir o controle absoluto por parte dos principais clubes através dos pesos distintos de seus votos, uma vez que o voto dos fundadores da AMEA equivalia a dez votos das equipes menores.

Assim como na Inglaterra, o futebol brasileiro encontrou resistência para se tornar profissional. As décadas de 1920 e 1930 foram importantes para o futebol brasileiro no que diz respeito à popularização do esporte para todos os cantos do país, em todas as classes sociais, principalmente entre os trabalhadores e os jovens

⁵ COSTA (2009).

nas escolas. Em 1923, a Confederação Brasileira de Desportos (CBD), criada em 1914⁶, tornou-se filiada da FIFA⁷. Em 1933, foram criadas as ligas profissionais nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, e estas passaram a realizar torneios paralelos aos amadores. As barreiras contrárias ao profissionalismo foram rompidas em 1937, quando a CBD reconheceu o futebol como esporte profissional e, em 1938, diferentemente das duas primeiras edições, o Brasil contou com uma seleção profissional em uma Copa do Mundo, terminando na terceira posição.

Em 1942 e 1946, a Copa do Mundo foi cancelada por causa dos conflitos decorrentes da Segunda Guerra Mundial, no entanto, o futebol brasileiro continuou avançando no caminho da profissionalização na década de 1940, principalmente através da participação de torneios como a Copa Roca e o Sul-Americano, entre outros.

Em relação às competições entre clubes a nível nacional, temos no final da década de 1950 o surgimento da Taça Brasil de Futebol, posteriormente substituída pelo Torneio Roberto Gomes Pedrosa, em 1968⁸. Em 1971, a CBF criou o Campeonato Brasileiro, disputado até hoje, e que continua sendo a principal competição do país, além dos campeonatos estaduais, a Copa do Brasil e as competições sul-americanas.

4.2 AS TRANSMISSÕES ESPORTIVAS NO BRASIL ATÉ 2011

A paixão do futebol pelo brasileiro também deriva de suas conquistas, afinal, o Brasil é o único país a vencer cinco edições da Copa do Mundo. De acordo com a FIFA, entre 1993 e 2017, o Brasil passou mais de 55% do período na primeira posição de seu *ranking*⁹. Entretanto, um fator preponderante na difusão do esporte e na criação de um público amante e, também, consumidor do futebol, é a televisão.

O surgimento da televisão no Brasil aponta para o ano de 1950, entretanto, o acesso à televisão era restrito, dados seus custos, altíssimos para a grande maioria da população. Em relação à entrada do futebol na televisão, temos a primeira

⁶ A CBD surgiu através da união entre a Federação Brasileira de Sports (FDS) e a Federação Brasileira de Football (FBF). Em 1979, a CBD passou a ser a Confederação Brasileira de Futebol (CBF).

⁷ Criada em 1904.

⁸ Em 2010, a CBF reconheceu a Taça Brasil e o Torneio Roberto Gomes Pedrosa como campeonatos nacionais. Antes disso, a CBF considerava como campeões brasileiros somente as equipes vencedoras da competição iniciada em 1971.

⁹ (FIFA, 2017).

transmissão de uma partida no ano de 1955, no duelo entre Santos e Palmeiras, vencido pelo clube santista por 3 a 1, transmitido pela Record. A Rede Globo transmitiu seu primeiro jogo de futebol em 1965. No entanto, o grande acontecimento que iniciou as transmissões esportivas no Brasil ocorreu em 1970, com a Copa do Mundo sediada no México¹⁰, vencida pela histórica seleção de Pelé. Antes da Copa de 1970, o rádio era o meio para as pessoas escutarem os relatos das partidas, além de ser o grande meio comunicativo. A Copa do Mundo de 1970, além de ser a primeira competição transmitida pela televisão no Brasil, foi a primeira programa a ser transmitido com cores. Garcia (2010) salienta a importância dada ao evento pelo fato de que a transmissão em cores da Copa do Mundo de 1970 televisão foi uma exceção, uma vez que o lançamento oficial das transmissões em cores ocorreu em 1972, durante a Festa da Uva, no Rio Grande do Sul. A transmissão da Copa do Mundo de 1970 provocou uma corrida às lojas de eletrodomésticos em busca de televisores, representada por uma audiência de 25 milhões de espectadores ou um quarto dos lares brasileiros à época¹¹, segundo Garcia (2010).

Pode-se dizer que o momento de partida das transmissões esportivas no Brasil foi um sucesso em todos os aspectos, já que a seleção brasileira, além de conquistar o tricampeonato mundial, o fez por meio de grandes exibições, lembradas até hoje pelos adeptos do esporte, além de iniciar a despertar o interesse no futebol enquanto produto comercial, como aponta Savenhago (2011). Apesar do sucesso, as transmissões esportivas na década de 1970 geralmente eram reprises horas ou dias depois, sendo ainda mais escassas no que diz respeito ao futebol internacional.

O futebol brasileiro sofre uma virada a partir da segunda metade da década de 1980, quando começa a comercializar os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro. A primeira venda dos direitos de transmissão ocorre em 1987, através da negociação entre a Rede Globo e o Clube dos 13 (C13), criado no mesmo ano e

¹⁰ A negociação dos direitos de transmissão da Copa do Mundo de 1970 ocorreu de forma diferente da atual. A FIFA não detinha o monopólio da venda dos jogos, sendo estes de posse de um grupo de emissoras, que atualmente é a Televisa. A transmissão de 11 jogos da Copa do Mundo no Brasil foi realizada pela Embratel, que repassou o sinal para a Rede de Emissoras Independentes (REI), Rede Globo de Televisão e TV Tupi.

¹¹ Uma estratégia do então Presidente, Emílio Garrastazu Médici, foi realizar transmissões de jogos da seleção brasileira em locais públicos, proporcionando aos torcedores a chance de acompanhar os jogos a cores, já que a grande maioria dos televisores eram em preto e branco, além de angariar apoio popular através da seleção nacional e com as transmissões em um formato diferente do habitual.

organizador da Copa União, gerando um pagamento por parte da emissora em torno de US\$ 3,4 milhões, segundo Santos (2013). O futebol brasileiro vivenciou na década de 1980 o início de seu perfil exportador de talentos, em especial para o futebol italiano, tendo como principais exemplos as negociações envolvendo jogadores como Paulo Roberto Falcão (do Internacional para a Roma), Sócrates (do Corinthians para a Fiorentina) e Zico (do Flamengo para a Udinese). Jogadores consagrados em seus clubes e com participações importantes pela seleção nacional foram negociados com os clubes europeus pelo início da abertura deste mercado e, também, pela necessidade financeira dos clubes, como salienta Santos (2013).

Tabela 18 - Emissoras de TV aberta detentoras dos Direitos de Transmissão do Campeonato Brasileiro entre 1987 e 2017

Ano	Emissoras
1987	Rede Globo
1988	Rede Bandeirantes, Rede Globo e Rede Manchete
1989	Rede Bandeirantes
1990	Rede Bandeirantes
1991	Rede Globo
1992	Rede Globo
1993	Rede Globo
1994	Rede Globo
1995	Rede Bandeirantes e Rede Globo
1996	Rede Bandeirantes e Rede Globo
1997	Rede Bandeirantes e Rede Globo
1998	Rede Bandeirantes e Rede Globo
1999	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2000	Rede Globo
2001	Rede Globo
2002	Rede Globo e Rede Record
2003	Rede Globo e Rede Record
2004	Rede Globo e Rede Record
2005	Rede Globo e Rede Record
2006	Rede Globo e Rede Record
2007	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2008	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2009	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2010	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2011	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2012	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2013	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2014	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2015	Rede Bandeirantes e Rede Globo
2016	Rede Globo
2017	Rede Globo

Fonte: Elaborado pelo autor.

Através da tabela 18, podemos verificar o domínio da Rede Globo nas transmissões do Campeonato Brasileiro na televisão aberta, ausente apenas nos anos de 1989 e 1990. Na maioria dos anos, a Rede Globo optou por dividir os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro com outra emissora do segmento de TV aberta, sendo a Rede Bandeirantes a maior parceira no período analisado. A relação entre a Rede Globo e o futebol brasileiro foi ganhando importância no futebol brasileiro com o passar dos anos e, conseqüentemente, envolvendo cifras cada vez maiores. Segundo Mattos (2012), o Campeonato Brasileiro é a competição mais importante para a emissora por ser a de maior duração, abranger os clubes mais fortes e com mais torcedores, ao contrário, por exemplo, da Conmebol Libertadores¹², que engloba um número restrito de participantes por país. A conclusão de Mattos (2012) ganha força ao comparar-se o investimento da emissora no Campeonato Brasileiro em relação às outras competições. Em 2005, a Rede Globo pagou mais de 3,5 vezes pelo Campeonato Brasileiro do que o somatório pago pelo Campeonato Paulista, Copa do Brasil e Conmebol Libertadores. Em 2009, Mattos (2012) aponta que os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro eram quatro vezes mais valiosos.

Se por um lado, a Rede Globo investe grandes quantidades de dinheiro para adquirir os direitos de transmissão das competições, também é necessário que a emissora prospecte parceiros comerciais que viabilizem o investimento. A Rede Globo tem um formato de patrocínio por meio de cotas¹³, no qual as empresas pagam um determinado valor pela exibição de suas marcas nas inserções comerciais envolvendo os jogos transmitidos pela emissora entre clubes e da seleção brasileira durante uma ou mais temporadas. Atualmente, a Rede Globo conta com seis patrocinadores - Banco Itaú, Brahma, Chevrolet, Johnson&Johnson, Ricardo Eletro e Vivo –, cujo somatório atinge 1,8 bilhão de Reais para a temporada 2017. Além do interesse das empresas de vincularem seus nomes a um produto popular como futebol, que proporciona bons índices de audiência, entra em ação um dos diferenciais da Rede Globo na negociação, que é a exclusividade dos direitos de transmissão das principais competições, como salientam Savenhago (2011), Mattos

¹² Em 2016, a Conmebol alterou o nome da Copa Libertadores por Conmebol Libertadores. Para evitar dúvidas, será utilizada a nomenclatura atual.

¹³ A Rede Globo utiliza o mesmo modelo de negociação na Formula 1.

(2012) e Santos (2013). A exclusividade na obtenção dos direitos de transmissão no futebol é algo corriqueiro, e ocorre na maioria das competições, como a própria *Premier League*. Entretanto, o modelo inglês de negociação dos direitos de transmissão divide os jogos em pacotes, impossibilitando que uma mesma emissora adquira todos os jogos da competição, restrição essa que não ocorria no caso da Rede Globo, uma vez que ela detinha os direitos de transmissão para todas as plataformas, que são a TV aberta, TV fechada, *pay-per-view*, *mobile* e *internet*.

Segundo Mattos (2012), a questão da exclusividade na compra dos direitos de transmissão requer a análise de três variáveis:

- a) comportamento do tipo *free-rider* por parte das emissoras;
- b) incentivo à competição via diferenciação;
- c) concorrência *schumpeteriana*.

O comportamento do tipo *free-rider* dependerá das externalidades positivas geradas pelos investimentos na competição. Por exemplo, a promoção de uma competição como o Campeonato Brasileiro pode beneficiar indiretamente as outras emissoras, e não só a detentora do investimento em futebol. Em caso de ausência de exclusividade, a tendência é que os investimentos por parte das emissoras sejam inferiores aos aportes sob o regime de exclusividade.

No caso do incentivo à competição via diferenciação, não há *free-rider*, já que as emissoras buscarão diferenciar-se internamente, por meio da aquisição de materiais tecnológicos mais avançados para melhorar suas imagens, da melhora do capital humano através da contratação de profissionais qualificados em todas as áreas, da montagem das estruturas e da equipe de comentaristas de uma partida, por exemplo, sem contar a possibilidade de reaproveitamento de materiais em outras produções das emissoras, como salientam Gratton e Solberg (2007).

A observação sob a ótica *schumpeteriana* citada por Mattos (2012) entra na análise pelo fato de que a concorrência de Schumpeter traz consigo um ganho de monopólio, mesmo que temporário, uma vez que a introdução de inovações no mercado implica em um certo grau de concentração, especialmente antes que as inovações se difundam, tendendo a desaparecer durante o processo concorrencial (NAPOLEONI, 1973, p.67).

Pode-se dizer que a principal queixa das emissoras concorrentes é referente a cláusula de preferência que a Rede Globo possuiu até 2011. Essa cláusula de

preferência na compra dos direitos de transmissão remete ao futebol inglês, especialmente ao período anterior à *Premier League*. Em geral, os contatos de venda dos direitos de transmissão eram de três anos, sendo que cada oferta realizada por uma emissora concorrente deveria ser entregue à Rede Globo, que tinha o prazo de trinta dias para ofertar uma proposta idêntica a de seu concorrente e, assim, ficar com mais três anos de transmissões, ou seja, a Rede Globo tinha ampla vantagem nas negociações, despertando a atenção das autoridades regulatórias.

Mattos (2012) e Santos (2013) citam o Processo Administrativo de representação n. 08012.006504/1997-11 contra a Rede Globo, a Globosat, a Rede Bandeirantes, a Televisão Abril (TVA), a CBF e o C13 em 1997 perante a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça¹⁴. O Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) fez a maior oferta no segmento de TV aberta, porém, sua proposta foi recusada pelo C13 por não oferecer uma proposta que aglutinasse a TV fechada e o *pay-per-view*. O C13 também excluiu a Rede Bandeirantes por ter se associado a uma rede de TV fechada, a TVA, que não poderia fornecer o pacote de *pay-per-view*. A Rede Globo e a Rede Bandeirantes detinham a cláusula de preferência pela aquisição dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro nas edições posteriores a 1996, obtida no contrato para a exibição das temporadas de 1995 e 1996, transmitidos por ambas, possibilitando às emissoras a chance de analisar as propostas no prazo de trinta dias e, posteriormente, obter a renovação dos direitos de transmissão.

Mattos (2012) aponta três pontos principais no processo administrativo, que eram:

- a) a exclusividade na venda dos direitos de transmissão;
- b) a venda conjunta dos clubes representados pelo clube dos 13, constituindo um cartel;
- c) a venda conjunta dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro para tv aberta, tv fechada, *pay-per-view*, *mobile* e *internet*¹⁵.

¹⁴ A Lei n. 12.529/2011 repassou as atribuições dos processos de concorrência para o CADE.

¹⁵ O Campeonato Brasileiro não é transmitido via *mobile* sendo esta ferramenta utilizada para exibição de gols, melhores momentos, versões reduzidas das partidas ou *fantasy games*. A única exceção para transmissões via *internet* é através do *pay-per-view*, que disponibiliza o serviço para seus assinantes.

Ao analisar o caso, a sugestão da SDE foi de intervenção por parte do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) via separação dos jogos na TV aberta em dois pacotes, em um modelo semelhante ao da *Premier League*, além do encerramento da venda conjunta de todas as plataformas de transmissão. Por outro lado, a SDE não considerou procedente a alegação de que o C13 formaria um cartel e, por isso, não recomendou intervenção por parte do CADE. No entanto, um processo dessa magnitude, envolvendo *players* poderosos como são as empresas de telecomunicações, não seria um processo rapidamente resolvido. O veredito do CADE veio apenas em 2010, treze anos após a abertura do processo. A resolução do CADE envolveu cinco pontos:

- a) a Rede Globo abdicaria da cláusula de preferência a partir da renovação dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro entre 2012 e 2014. A cláusula foi considerada “desproporcional” pelo CADE, pelo fato desta abranger todas as plataformas de transmissão. Além disso, foi recomendado ao C13 que não mais introduzisse tal cláusula;
- b) o Clube dos 13 deveria realizar os leilões dos direitos de transmissões com regras claras e objetivas, evitando quaisquer dúvidas entre as partes;
- c) o Clube dos 13 deveria vender separadamente cada uma das plataformas de transmissão;
- d) a emissora detentora dos direitos de transmissão na TV aberta poderia sublicenciá-lo, desde que permitisse a sublicenciadora o direito de escolher quais jogos transmitir;
- e) o CADE não considerou a prática de cartel na ação do Clube dos 13.

Após a resolução por parte do CADE sobre a negociação dos direitos de transmissão, o C13 produziu o edital com as condições gerais para a aquisição dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro no período de 2012 a 2014, com o lance mínimo de 500 milhões de reais por temporada para a emissora vencedora e, caso desejasse sublicenciar os direitos de transmissão com outra emissora de TV aberta, o valor mínimo deveria ser de 40 milhões de reais e o máximo não poderia ultrapassar 20% da proposta da emissora principal. Importante ressaltar que o C13 respeitou todas as regras impostas pelo CADE na negociação,

porém, ofertou à Rede Globo a possibilidade de vencer o leilão com uma proposta até 10% inferior de seus concorrentes, “[...] considerando o apoio que a TV Globo deu ao futebol brasileiro durante os últimos 25 anos, e a maior exposição que a sua audiência propicia aos patrocinadores dos clubes”. (CLUBE DOS 13, 2011, p.2)

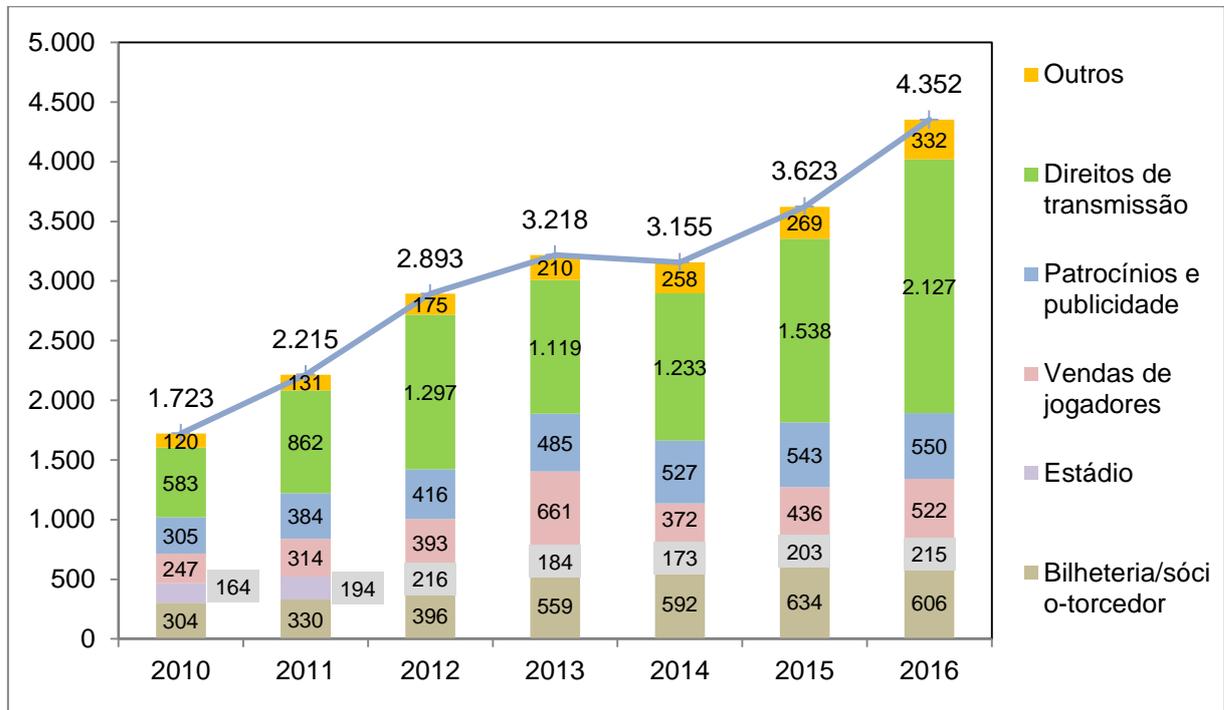
Entretanto, o edital do C13 desagradou à maioria das emissoras, em especial à Rede Globo, que discordava de diversos pontos, principalmente os referentes à venda separada das plataformas de transmissão, fazendo com que não apresentasse proposta para o Clube dos 13. A Rede Bandeirantes, a Rede Record e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) também optaram por não realizar ofertas, ficando, apenas, a RedeTV na disputa pelos direitos de transmissão. Em março de 2011, a proposta única da RedeTV de 516 milhões de reais anuais foi aceita pelo Clube dos 13 para o período entre 2012 e 2014, porém, na prática, o leilão não teve valor nenhum, já que os membros do C13, especialmente Botafogo, Corinthians e Grêmio, começaram a pressionar a entidade para negociar seus direitos de transmissão de forma individual com as emissoras, sob a alegação de que poderiam arrecadar muito mais sem a necessidade de um intermediário como o C13.

Depois de muitas discussões entre os clubes, que desejavam negociar diretamente com as emissoras, e o C13, que alegava a validade do contrato com a RedeTV, amparado pelo fato de que a entidade era credora dos clubes em empréstimos, cujas garantias estavam atreladas à negociação dos direitos de transmissão do período 2012-2014. O contrato com a RedeTV acabou sendo rompido e foi permitida aos clubes a negociação individual com as emissoras, o que praticamente sepultou o Clube dos 13.

4.3 OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO E AS FINANÇAS DAS EQUIPES BRASILEIRAS

Os direitos de transmissão no futebol brasileiro são um exemplo claro do “casamento por interesses” citado por Moragas (1994). Por um lado, temos as emissoras, dispostas a manter o produto futebol em seus portfólios para alavancar seus índices de audiência; pelo outro lado, temos os clubes brasileiros, ávidos por toda e qualquer fonte de receitas, sendo a televisão a principal parceira comercial dos clubes.

Gráfico 11 - Fontes de receitas dos clubes brasileiros no período entre 2010 e 2016, em milhões de Reais (R\$) - em valores nominais.



Fonte: Itaú Bba (2017).

Segundo o gráfico 11, fica evidente a importância que a televisão possui nas receitas dos clubes. Entre 2010 e 2016, de acordo com Itaú Bba (2017), somente as receitas de televisão subiram mais de três vezes, alcançando mais de 2 bilhões de reais, em valores nominais, no ano de 2016, representando, aproximadamente, 49% das receitas totais no referido ano. Somente entre 2015 e 2016, as receitas totais cresceram mais de 27%, impulsionadas pelos direitos de transmissão que, importante frisar, embutem os prêmios pelas assinaturas de contratos – luvas -, que a maioria dos clubes utiliza no exercício presente, sem diluir pelos anos de contrato. Outra fonte de receitas que apresentou crescimento diz respeito às vendas de jogadores, algo normal em um mercado como o brasileiro, que é o principal exportador de atletas, segundo Giovanetti et al (2006). A valorização do dólar e do euro ante o real e a presença cada vez mais forte sob o aspecto financeiro de mercados como o chinês faz com que os clubes sejam mais suscetíveis a vender atletas.

Tabela 19 - Países de origem dos atletas estrangeiros nas ligas internacionais em 2015.

País	Número de atletas
Brasil	1.784
Argentina	929
França	758
Sérvia	607
Nigéria	596
Espanha	497
Croácia	477
Colômbia	440
Portugal	392
Senegal	377
Costa do Marfim	370
Camarões	366
Gana	365
Bosnia-Herzegovina	363
Uruguai	354

Fonte: CIES (2015).

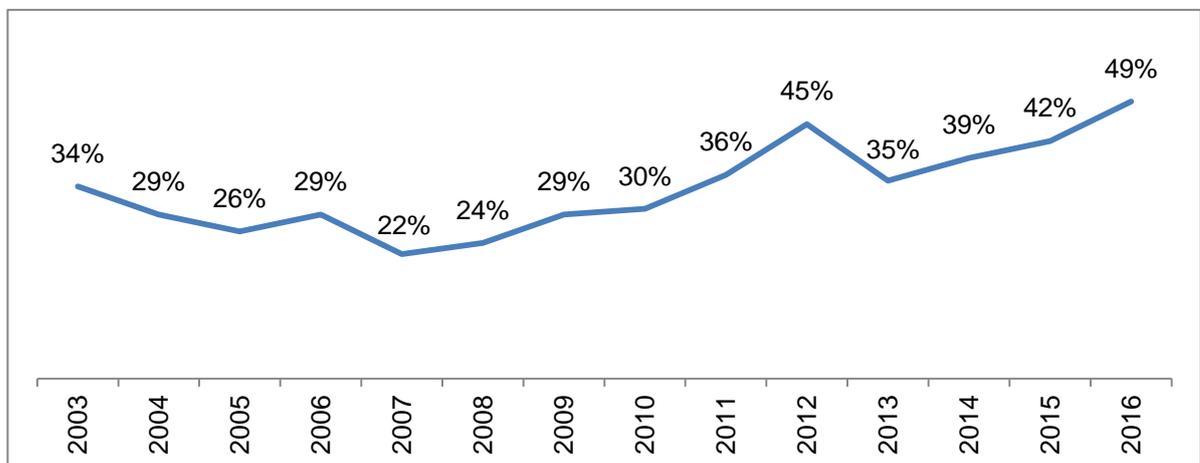
A tabela 19 mostra que o Brasil liderou com sobras as exportações de atletas no ano de 2015. Os dados de CIES (2015) mostram que o Brasil está na frente por uma diferença de quase duas vezes para a Argentina, segunda colocada no *ranking*. Tal resultado indica que o futebol brasileiro é valorizado pelo mercado externo, por ser reconhecidamente um país produtor de grandes jogadores. No entanto, os clubes brasileiros geralmente enxergam as receitas provenientes das vendas de atletas de forma equivocada, como enfatiza o estudo de Itaú Bba (2017). Os atletas são ativos intangíveis que proporcionam receitas variáveis de temporada para temporada, sendo difícil “determinar” quanto cada clube obterá com transferências de atletas em cada temporada. No entanto, os clubes geralmente equilibram seus balanços com “previsões de vendas de atletas” como fez, por exemplo, o São Paulo Futebol Clube em sua previsão orçamentária para 2017, na qual claramente sinaliza que pretende arrecadar, no mínimo, 60 milhões de reais com transações de jogadores¹⁶. Além de ser imprevisível quanto um clube conseguirá com a venda dos atletas, com essa prática os clubes sinalizam ao mercado que estão com

¹⁶ Até o dia 02 de Julho, segundo informações da imprensa esportiva, o São Paulo arrecadou cerca de 180 milhões de reais com venda de atletas somente nos primeiros sete meses do ano. Entretanto, os clubes nem sempre conseguem alcançar suas previsões orçamentárias como, por exemplo, o Sport Club Internacional em 2016, que preveu 60 milhões de reais em vendas e, segundo informações da imprensa esportiva, arrecadando menos da metade do valor esperado.

dificuldades financeiras, fazendo com que os compradores possuam maior poder de barganha nas negociações.

Retornando ao gráfico 11, é possível notar que a distribuição das receitas no período entre 2010 e 2016 vem apresentando certa constância, sem grandes sobressaltos que alterassem a distribuição percentual de cada fonte de recursos. Por outro lado, se compararmos os dados de Itaú BBA (2017) com Deloitte (2016), chegaremos em uma conclusão no mínimo surpreendente. Na temporada 2016-2017¹⁷, de acordo com Deloitte (2016), os clubes da *Premier League* foram mais dependentes em termos percentuais das receitas de televisão do que os clubes brasileiros em 2016. Enquanto as receitas de direitos de transmissão na *Premier League* representaram, em média, 53% das receitas totais, tivemos um percentual de 49% no Brasil. Importante lembrar que a maioria dos clubes brasileiros adicionam as luvas nas receitas de televisão, algo que pode ter gerado um certo grau de distorção no valor global e, principalmente, ressaltar que os clubes brasileiros são, *sim*, dependentes da televisão, como mostra o gráfico 12.

Gráfico 12 - Percentual representado pelos direitos de transmissão nas receitas dos clubes brasileiros entre 2003 e 2016.



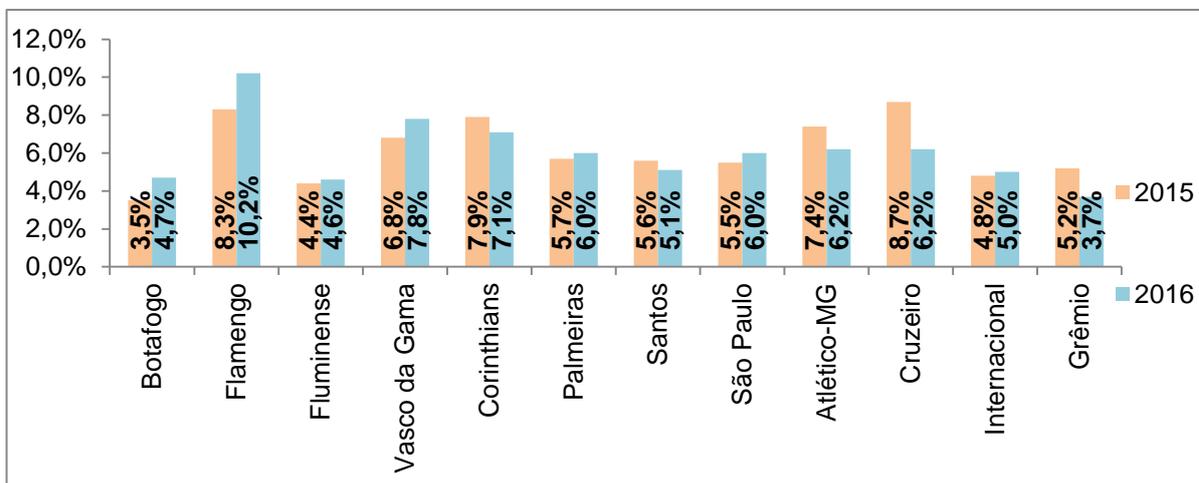
Fonte: Sommogi (2017)

O gráfico 12 mostra o crescimento da importância dos direitos de transmissão no futebol brasileiro, atingindo em 2016 o maior percentual da série, de 49% das receitas totais dos clubes. Se por um lado mostra as altas cifras investidas pela televisão, por outro, mostra a dependência dos clubes brasileiros, em especial as equipes com menor poder aquisitivo.

¹⁷ Ver gráfico 4.

Alguns comentaristas esportivos, assim como muitos torcedores, falam que o futebol brasileiro sofreu um processo semelhante ao ocorrido na Liga Espanhola (La Liga), na qual os principais clubes, Barcelona e Real Madrid, já chegaram a controlar mais de 60% de todas as receitas com direitos de transmissão no futebol espanhol, ficando os outros 40% a ser divididos entre os 18 times restantes. A “espanholização” do futebol seria protagonizada pelos dois clubes com maior número de torcedores, que são Corinthians e Flamengo. No entanto, o estudo de Itaú BBA (2017) aponta para outro caminho, conforme o gráfico 13.

Gráfico 13- Concentração das receitas dos direitos de transmissão dos 12 maiores clubes do Brasil em 2015 e 2016.



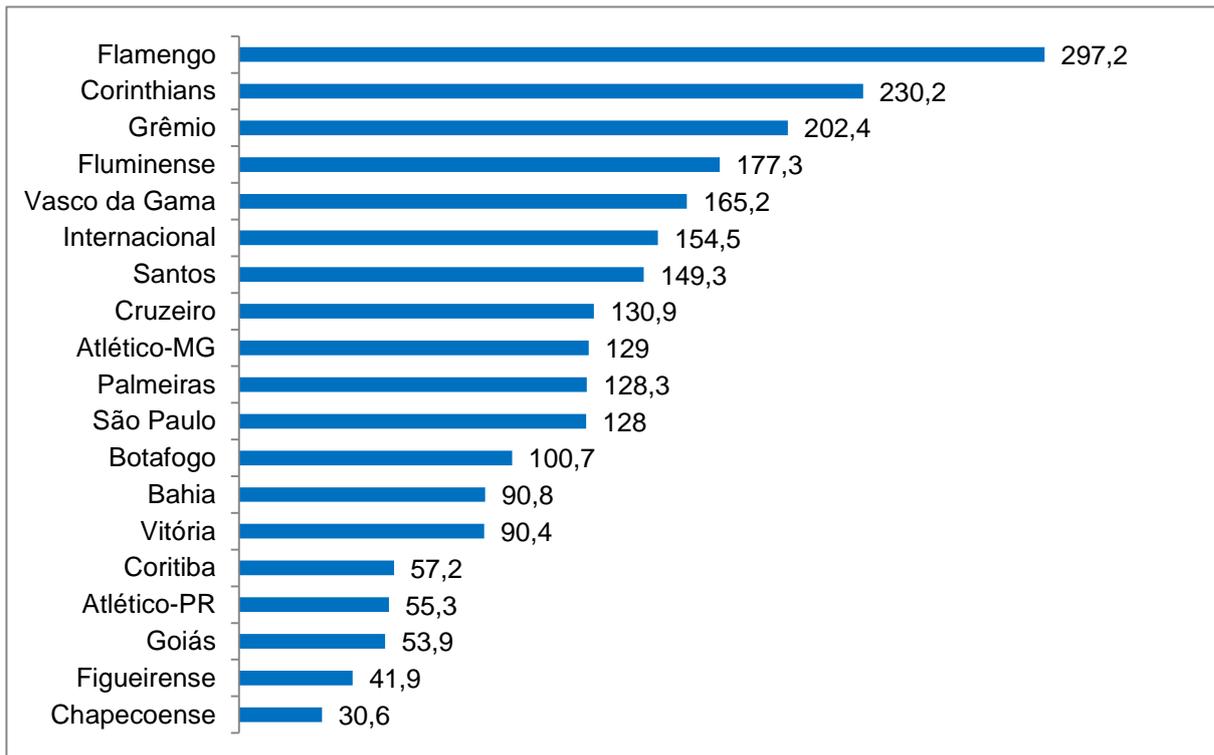
Fonte: Itaú Bba (2017).

Pelos cálculos de Itaú Bba (2017), a superconcentração de recursos em Flamengo e Corinthians é inexistente, pois ambos representaram menos de 20% das receitas totais em 2016 e 2017. O Campeonato Brasileiro possui uma boa distribuição de receitas, já que nos últimos dois anos, as 12 equipes que mais recebem da televisão representaram 73,7% e 72,5% do total, respectivamente. Percentuais aceitáveis, se compararmos à *Premier League* na temporada 2016-2017, na qual as 12 equipes que mais receberam dinheiro da televisão representaram cerca de 66% das receitas totais.

Por outro lado, em relação à diferença entre as equipes que mais e menos recebem dinheiro da televisão, o cenário é preocupante. Somoggi (2017) calcula que a diferença entre o Flamengo, equipe que mais recebeu dinheiro da televisão e seu oposto, a Chapecoense, foi de 9,71 vezes, um valor altíssimo, principalmente se

comparado com a *Premier League*, cuja diferença foi de 1,53. Para Somoggi (2017), a Rede Globo erra ao aplicar tal discrepância, sob o aspecto de que a competição tende a ser mais atrativa ao público se os clubes tiverem uma distribuição não muito distante dos direitos de transmissão, como ocorre na *Premier League*.

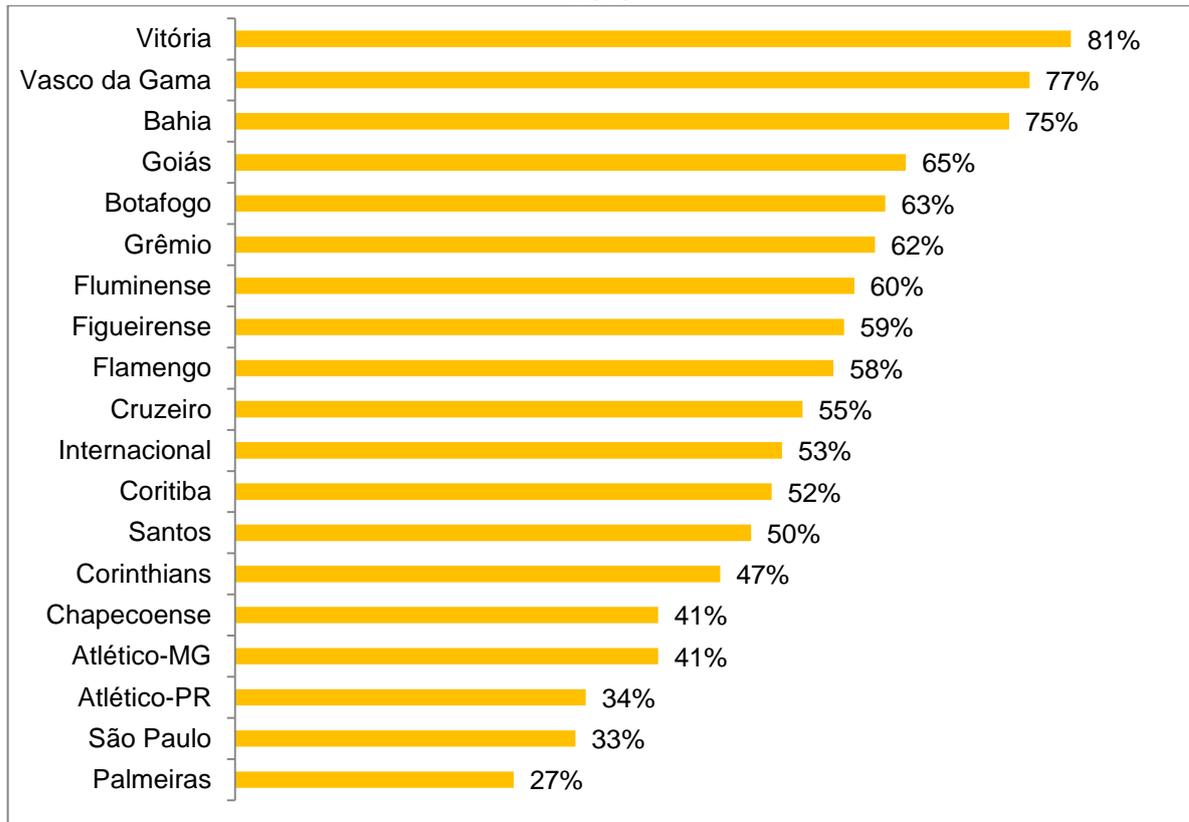
Gráfico 14 - Receitas em valores nominais dos direitos de transmissão no Campeonato Brasileiro de 2016, em milhões de Reais



Fonte: Somoggi (2017).

O gráfico 14 evidencia a grande diferença entre os clubes que mais arrecadam e os que menos arrecadam com televisão. No entanto, também mostra que são poucos clubes que recebem muito menos que os demais, em especial os clubes nordestinos, paranaenses e catarinenses. Cabe ressaltar que tais cifras estão infladas pelas luvas dos contratos, que são maiores para clubes populares, como o Flamengo. A crítica de Somoggi (2017) é pertinente, porém, é difícil imaginar uma redução das diferenças no curto prazo, já que ou a Rede Globo elevaria os desembolsos com direitos de transmissão para as equipes menores, deixando seu custo ainda mais alto, ou reduziria os direitos de transmissão das equipes populares, algo que provavelmente seria rejeitado pelos clubes e despertaria o interesse de emissoras rivais para “manter” o nível das ofertas de direitos de transmissão.

Gráfico 15 - Percentual dos direitos de transmissão nas receitas dos clubes brasileiros em 2016



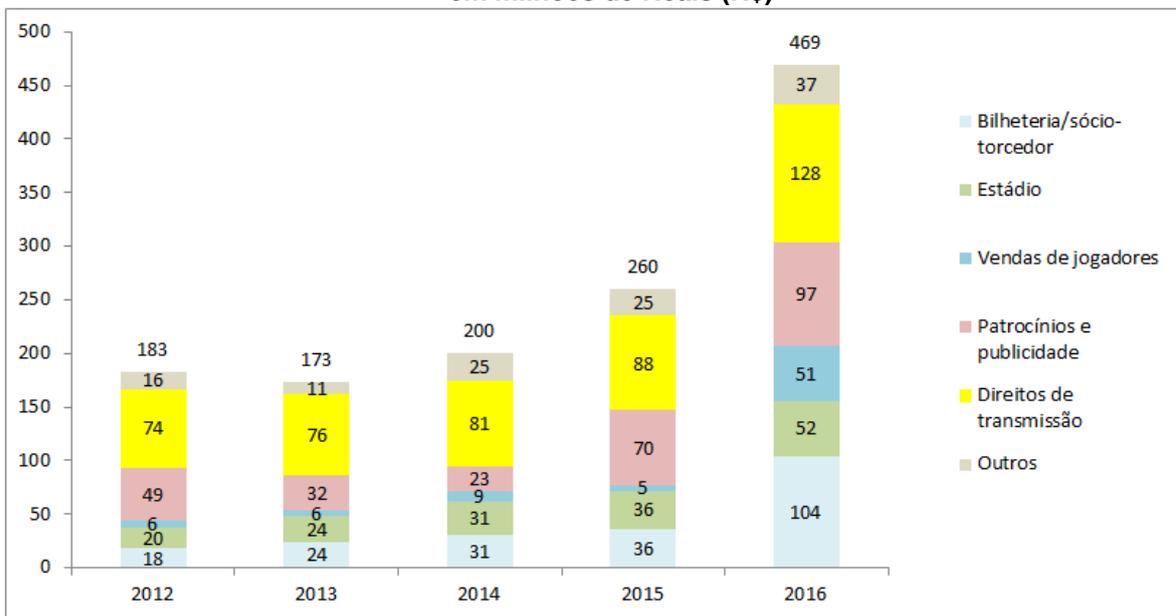
Fonte: Somoggi (2017).

O gráfico 15 mostra que alguns clubes são excessivamente dependentes das receitas dos direitos de transmissão, em especial o Bahia, com 75%, o Vasco da Gama, com 77%, e o Vitória, com espantosos 81% de dependência. Tais dados mostram que os clubes mais dependentes são aqueles que costumam alternar de divisão, como é o caso dos cinco clubes mais dependentes, sem contar o fato de mostrar que a grande maioria dos clubes está encontrando dificuldades para angariar outras fontes de recursos.

Por outro lado, o gráfico 15 mostra o Palmeiras, atual campeão brasileiro, como a equipe menos dependente dos direitos de transmissão, com apenas 27%. Pode-se dizer que o clube paulista vem passando por um período diferente no aspecto econômico desde a gestão do então Presidente, Paulo Nobre, iniciada em 2013. O Palmeiras contou com uma série de fatores positivos em um curto espaço de tempo, como os aportes feitos pelo próprio presidente, para quitar dívidas e gerir o clube. Estima-se que no período de 2013 a 2015, o à época presidente palmeirense emprestou mais de 200 milhões de seus próprios recursos para o clube,

em condições muito mais favoráveis do que as ofertadas pelas instituições financeiras. Outro grande impulso foi dado pela construção do Allianz Parque¹⁸, que o torcedor aceitou e mantém uma boa média de público, fazendo com que o clube saísse de 18 milhões de reais em 2012 para 104 milhões de reais com bilheteria, e pela implementação do programa de sócio-torcedor, o *Avanti*, como mostra a figura 5.

Figura 5 - Receitas em valores nominais do Palmeiras separadas por fontes entre 2012 e 2016 em milhões de Reais (R\$)



Fonte: Itaú BBA (2017)

Outro ponto crucial para o crescimento do Palmeiras e que pode ser considerado como fora da curva, pelos valores investidos e, principalmente, pelo cenário econômico nacional, diz respeito às receitas com patrocinadores a partir de 2015, com a entrada da Crefisa e da Faculdade das Américas como patrocinadoras do clube palmeirense. Ambas as empresas são de José Roberto Lamacchia e de sua esposa, Leila Pereira, figura-chave na parceria e, desde 2015, já investiram mais de 300 milhões de reais na equipe por meio de patrocínio, aporte em contratações e pagamento de salários de alguns atletas. A postura do casal Lamacchia beira o mecenato, uma vez que muitos dos aportes feitos “por fora” do

¹⁸ O Palmeiras, em parceria com a construtora WTorre, vendeu os *naming rights* de seu estádio para a Allianz, durante 20 anos, no valor de 200 milhões de reais, antes da conclusão de seu estádio. Corinthians e Grêmio são exemplos de equipes que buscaram negociar após a construção de suas arenas os *naming rights*, porém, não obtiveram êxito nas tratativas até hoje.

patrocínio são a fundo perdido, literalmente, além de despertar a crítica de muitos adversários, alegando um suposto *doping* financeiro.

Por fim, pode-se dizer que o futebol brasileiro vive um momento de crescimento de receitas, especialmente às da televisão, porém, acompanhado pela evolução de dívidas para muitas equipes. Os clubes recebem dinheiro pelos seus direitos de transmissão, no entanto, diferentemente dos clubes da *Premier League*, são, em sua maioria, ineficientes no que diz respeito à gestão financeira, levando a casos de extrema dependência dos direitos de transmissão, como é o do Vitória e de grande endividamento, como Botafogo e Vasco da Gama. A expectativa de todos é que os clubes se modernizem na parte diretiva e possam fazer um melhor uso de suas receitas, por meio de gestões sérias e profissionais.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho tratou da economia do futebol, uma área de estudo que vem crescendo nas últimas décadas nos Estados Unidos e Europa, com enfoque voltado para as transmissões esportivas e o impacto que estas causaram no desenvolvimento do futebol como entretenimento, esporte e, principalmente, como negócio. Para isso, o trabalho centrou a análise no futebol inglês, mais especificamente na *Premier League*, e no Campeonato Brasileiro. Espera-se que o trabalho possa oferecer um auxílio na compreensão da economia do futebol sob a ótica dos direitos de transmissão e, também, servir de material de apoio para outros pesquisadores que tenham interesse em discorrer sobre o tema nas duas ligas nacionais ou até mesmo para competições de outros países.

No segundo capítulo, procurou-se fazer uma contextualização do esporte como forma de entretenimento. É inegável que o advento da televisão e a posterior entrada dos esportes como parte de sua programação foram cruciais na expansão e disseminação dos mais diversos esportes no planeta, especialmente pelo fato das distâncias terem sido encurtadas através do avanço tecnológico da televisão. Para tal, buscou-se analisar as duas principais competições esportivas do planeta, realizadas de quatro em quatro anos, que são os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo de futebol.

No caso dos Jogos Olímpicos, se compararmos a primeira edição televisionada, em 1948, com cobertura televisiva para um raio de 80 quilômetros na cidade de Londres, com a última edição, sediada no Rio de Janeiro, transmitida para 203 países por 584 canais para um público total de mais de 5 bilhões de pessoas, fica visível o crescimento da competição por meio da cobertura televisiva. O somatório das receitas referentes às diversas emissoras parceiras dos Jogos Olímpicos representam mais de 70% das receitas totais, bem acima das cotas ofertadas pelos mais de 50 parceiros comerciais, entre os patrocinadores globais, locais e prestadores de serviços.

A Copa do Mundo de futebol é um evento comparável aos Jogos Olímpicos sob todos os aspectos, principalmente na evolução da demanda televisiva pelo evento. Somente na última edição, ocorrida em 2014 no Brasil, mais de 3 bilhões de pessoas assistiram pelo menos a um minuto das transmissões, realizadas em mais de 200 países, somando 98.000 horas de transmissões. Assim como nas

Olímpiadas, a Copa do Mundo tornou-se um produto altamente valorizado por parte das emissoras. Se por um lado, os direitos de transmissão pagos pelas emissoras nos grandes eventos atingem elevadas cifras, também representam elevados dispêndios para as emissoras. Dentro dessa lógica, o segundo capítulo também aborda a questão do custo das transmissões esportivas para as emissoras em custos fixos, variáveis e irrecuperáveis.

No terceiro capítulo, ao analisarmos os direitos de transmissão no futebol inglês, especialmente no período da *Premier League*, procuramos mostrar com dados a grande mudança que o futebol inglês experimentou a partir de 1992, com a evolução das receitas obtidas pelos clubes com televisionamento.

Pode-se dizer que o surgimento da *Premier League* é o resultado de um conjunto de fatores. O declínio do futebol local na década de 1980, somados ao descontentamento dos grandes clubes com a divisão de receitas da TV, assim como a entrada de emissoras a cabo no mercado inglês no meio da década e, principalmente, o desejo dos clubes de entrarem no mercado de TV a cabo, como salientam Buraimo et al (2006) e Dobson e Goddard (2011) fizeram com que os clubes da primeira divisão inglesa passassem a ter o controle da principal competição do país, deixando a Football League gerir as demais divisões do país. Com a análise dos contratos de televisionamento das emissoras e a *Premier League*, fica evidente que o objetivo dos clubes ingleses de ingressarem no mercado das TVs a cabo foi alcançado com êxito.

Este trabalho deixa claro por meio dos seus dados que, para ser campeão da *Premier League*, salvo a surpreendente conquista do Leicester City, é necessário muito dinheiro para contratar jogadores de diversos países e formar verdadeiras seleções internacionais. Por outro lado, o rateio dos direitos de transmissão serve como ferramenta para ajudar a todos os clubes, fazendo com que mesmo os clubes menores possam adquirir bons jogadores para suas equipes. Na temporada 2016-2017, encerrada meses atrás, a proporção entre o clube que mais recebeu receitas da televisão, o Chelsea e o que menos recebeu, o Sunderland, foi de 1,53, um valor muito baixo se comparado com as demais ligas europeias. Essa baixa concentração de receitas da televisão em alguns times se dá pela forma com que os direitos de transmissão são divididos na *Premier League*. Além da questão dos direitos de transmissão, um fenômeno que vem crescendo ultimamente diz respeito à aquisição

de clubes por investidores. Entre esses investidores, optou-se por mostrar neste trabalho o substancial crescimento econômico e esportivo que Chelsea e Manchester City experimentaram nos últimos anos, deixando de ser clubes populares, porém, sem grandes conquistas, para tornarem-se equipes mundiais, que disputam todas as competições em igualdade de condições com as equipes mais fortes após a aquisição por investidores russos e árabes, respectivamente.

No quarto capítulo, analisou-se o futebol brasileiro dentro da perspectiva dos direitos de transmissão. O futebol, apesar de inicialmente praticado apenas pelas elites, foi se popularizando com o passar dos anos, assim como alguns clubes adicionaram a prática de futebol em suas atividades esportivas. No entanto, pode-se dizer que o futebol brasileiro encontrou na restrição de vários clubes com atletas e na relutância à adoção do profissionalismo – relutância que também existiu nos primeiros passos do futebol inglês – dois problemas importantes em suas primeiras décadas, sendo que o futebol se tornou profissional no Brasil apenas em 1937.

Podemos, através da história das transmissões esportivas no Brasil, dizer que a relação entre o futebol e a televisão demorou para engrenar. O primeiro grande momento da relação entre televisão e futebol no Brasil foi na histórica Copa do Mundo de 1970, vencida pela seleção brasileira de Pelé, que foi a primeira competição transmitida no Brasil e transmitida em cores, dois anos antes do lançamento oficial desse tipo de programação no país. Apesar do sucesso da Copa do Mundo de 1970, as transmissões esportivas demoraram mais um pouco para tornar-se parte das competições nacionais.

A comercialização dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro começou com a reunião dos principais clubes do Brasil em 1987, formando o Clube dos 13. Diferentemente da criação da *Premier League* pelos clubes, quando havia o interesse expresso de colocar seu produto nos canais a cabo, o objetivo do Clube dos 13, aparentemente, era apenas vender os direitos de transmissão.

O ano de 1997 merece atenção especial na discussão dos direitos de transmissão, pois foi o ano em que a procuradoria do CADE resolveu ingressar com uma queixa contra as emissoras detentoras dos direitos de transmissão perante a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, questionando pontos como a cláusula de preferência nas negociações, uma suposta prática de cartel pelo Clube dos 13 e a negociação conjunta de todas as plataformas de transmissão. O

processo foi encerrado apenas em 2010, com o Clube dos 13 aceitando as sugestões do CADE para a formação do edital dos direitos de transmissão para os Campeonatos de 2012 a 2014. Entretanto, o leilão previsto dos direitos de transmissão foi cancelado devido à pressão dos filiados do Clube dos 13, que gostariam de realizar um formato de negociação individualizado com a Rede Globo.

Com os dados pesquisados, vemos com clareza o impacto dos direitos de transmissão nas receitas dos clubes brasileiros. Somente em 2016, as receitas com direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro ultrapassaram a marca de 2 bilhões de reais, representando quase a metade das receitas totais dos clubes brasileiros. Assim como na *Premier League*, o futebol brasileiro tem o que Moragas (1994) chama de “casamento por interesses”. Por um lado, temos as emissoras, dispostas a manter as transmissões esportivas em sua grade de programação, vislumbrando seus índices de audiência. Por outro lado temos os clubes brasileiros, interessados nas altas cifras que as emissoras oferecem.

Uma diferença crucial entre a *Premier League* e o Campeonato Brasileiro está na sua forma organizacional. Na Inglaterra, a FAPL organiza diretamente sua liga, enquanto a FL cuida das demais divisões e a FA cuida da seleção nacional. No Brasil, quem organiza as competições nacionais é a CBF, enquanto as competições estaduais são organizadas por suas respectivas federações, com a exceção da Primeira Liga, competição organizada por clubes do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul. Talvez o fato de o Campeonato Brasileiro não ser propriamente organizado pelos clubes gere diferenças importantes entre os times que mais e que menos recebem dinheiro da televisão, uma diferença de quase 10 vezes entre os clubes. Entretanto, o trabalho serve para contrapor a ideia de que Flamengo e Corinthians seriam os protagonistas de uma “espanholização” do futebol brasileiro, em alusão ao excessivo peso que Barcelona e Real Madrid possuem nas receitas totais de televisão do Campeonato Espanhol.

Por ter o intuito de realizar um enfoque diferente sobre a economia do futebol, com maior ênfase em uma parte, os direitos de transmissão, e não em tudo que cerca o futebol, optou-se por fazer a exposição dos dados de apenas duas competições nacionais, sendo uma a mais importante do planeta e a outra, envolvendo o futebol brasileiro. Entretanto, espera-se que o trabalho possa estimular pesquisas sobre o tema com outras abordagens, como, por exemplo, o equilíbrio

competitivo do futebol, a relação dos clubes de futebol com patrocinadores, fatores que afetam a presença de público nos estádios ou até mesmo sobre o futuro dos direitos de transmissão no Brasil a partir de 2019, em especial os da televisão fechada que, ao que tudo indica, serão um marco nas negociações dessa plataforma.

REFERÊNCIAS

- BARBER, Nicholas. **How Leni Riefenstahl shaped the way we see the Olympics: Is Leni Riefenstahl's Olympia Nazi propaganda – or the greatest film about sport ever made?**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/s2MrtR>>. Acesso em: 14 abr. 2017.
- BARONCELLI, Alessandro; LAGO, Umberto. Italian football. **Journal of Sports Economics**, Thousand Oaks, v.7, n.1, p.13-28, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/iBrM1N>> . Acesso em: 18 mai. 2017.
- BINDER DIJKER OTTE – BDO. **9º valor das marcas dos clubes brasileiros: finanças dos clubes**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/5jN984>>. Acesso em: 20 jun. 2017.
- BRITISH BROADCASTING CHANNEL - BBC. **Goal-line technology: Sepp Blatter says Frank Lampard 'goal' key**. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/JSbk8V>>. Acesso em: 15 abr. 2017.
- BURAIMO, Babatunde; SIMMONS, Rob; SZYMANSKI, Stefan. English football. **Journal of Sports Economics**, Thousand Oaks, v. 7, n.1, p. 29-46, 2006. Disponível em: < <https://goo.gl/GQwPff>>. Acesso em: 18 mai. 2017.
- CENTRE INTERNATIONAL D'ÉTUDE DU SPORT - CIES. **Exporting countries in world football**. Neuchâtel, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/riJevA>>. Acesso em: 20 jun. 2017.
- CENTRE INTERNATIONAL D'ÉTUDE DU SPORT - CIES. **Foreign players in football teams**. Neuchâtel, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/wu4vCq>>. Acesso em: 20 jun. 2017.
- CLELAND, Jamie A. From passive to active: the changing relationship between supporters and football clubs. **Soccer&Society**, Londres, v.11, n.5, p.537-552, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/FmjcV8>> . Acesso em: 18 mai. 2017.
- CLUBE DOS 13 – C13. **Editais para os campeonatos nacionais de 2012, 2013 e 2014**. 2011. São Paulo, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/YsafHv>>. Acesso em: 23 jun. 2017.
- COSTA, Guilherme. **O futebol chegou ao Brasil em 1874**. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/UBozG>>. Acesso em: 02 jul. 2017.
- DAILY MAIL. **Bernie Ecclestone claims F1 should hold TWO shorter 40-minute races to attract fans with short attention spans**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/QDiw8Q>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

DEL BARRIO, Pedro G. Measuring empathy feelings in football through media value. **Revista de Psicología del Deporte**, Barcelona, v.25, n.3, p.37-42, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/W1eiaJ>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

DEL BARRIO, Pedro G.; PUJOL, Francesc. Broadcasting revenues and media value in European Football. **Economics Discussion Papers**, Kiel, v. 36, n. 6, p. 1-21, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/5NndMr>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

DELOITTE. **Commercial breaks: Football Money League 2016**. Londres, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/1AFdM4>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

DESBORDES, Michel. The relationship between sport and television: the case of TF1 and the 2002 Football World Cup. In: JEANRENAUD, Claude; KÉSENNE, Stefan (Ed.). In: **The Economics of Sport and the Media**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2006. p.126-147.

DOBSON, Stephen; GODDARD, John. **The Economics of Football**. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

FEDDERSEN, Arne; ROTT, Armin. Determinants of demand for televised live football: features of the German National Football Team. **Journal of Sports Economics**, Thousand Oaks, v.12, n.3, p 352-369. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/Hi1GU9>>. Acesso em: 14. mai. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA .FIFA financial report 2014. In: FIFA CONGRESS, 65., 2014, Zurich. **Anais...** Zurich: FIFA, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/sMtDMe>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA. FIFA financial report 2010. In: FIFA CONGRESS, 61., 2011, Zurich. **Anais...** Zurich: FIFA, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/CWwSJj>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA . **Men's ranking**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/xhRjul>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA . **"FIFA's position on technology in football"**. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/si442A>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA . **Blatter: technology's time has come**. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/zGizbe>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION - FIFA . **History of football: The origins**. 2004. Disponível em: <<https://goo.gl/cvGmSK>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

FILHO, Mário. **O negro no futebol brasileiro**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2013.

FORT, Rodney; QUIRK, James. Cross-subsidization, incentives and outcomes in professional team sports leagues. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v.33, n.3, p.1265-1299, 1995.

FOURFOURTWO. **Blatter**: Technology would be passion killer. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/URm2hs>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

GARCIA, Santiago N. A televisão de 1970 e a de 2010: como assistimos aos jogos da Copa do Mundo de futebol. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 23., 2010. Caxias do Sul. **Anais...** Disponível em: <<https://goo.gl/NVqdtH>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

GRATTON, Chris; SOLBERG, Harry A. **The Economics of Sports Broadcasting**. London: Routledge, 2007.

GUSCHWAN, Matthew. Broadcast media: live and in-person. **Soccer&Society**, London, v. 17, n.3, p. 332-350, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/LPwfsP>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE – IOC. **Games of the XXIX Olympiad, Beijing 2008**: Global television and online media report. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/Soz9iq>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE – IOC. **IOC Marketing**: media guide – London 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/MgrGxx>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE - IOC. **IOC Marketing**: media guide – Olympic Games Rio 2016. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/uZjbdm>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

ITAÚ BBA (Brasil) (Org.). **Análise econômico-financeira dos clubes de futebol brasileiros**: 2017. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/5CqnPV>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

JEANRENAUD, Claude; KÉSENNE, Stefan. Sport and the media: an overview. In: _____. In: **The Economics of Sport and the Media**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2006. p. 1-25.

KANTAR MEDIA. **2014 FIFA World Cup Brazil**: Television audience report. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/GcJrG6>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **Economia industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LAGO, Umberto; SIMMONS, Rob. SZYMANSKI, Stefan. The financial crisis in european football: an introduction. **Journal of Sports Economics**, Thousand Oaks, v.7, n.1, p. 3-12, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/bCcuSR>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

LLOSA, Mario Vargas. El placer vacío. **Diario Abc**, Madri, p. 14-14., 14 jun. 1982. Disponível em: <<https://goo.gl/3E9VLE>>. Acesso em: 10 mar. 2017

MAIL, Daily. **Arsene Wenger named his 149th Arsenal XI with NO Englishmen against Burnley, more than all Premier League teams combined... so how many times has your side fielded an all-foreign XI?** 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/ogSW1Z>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

MONZÓ, Vanessa R. La evolución de las retransmisiones deportivas en television através de las nuevas tecnologías: él futbol como paradigma en España. **Fonseca: Journal Of Communication**, n.10, p. 118-145, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/RGc91V>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

MORAGAS, Miquel de. Televisión, deporte y movimiento olímpico: las próximas etapas de una sinergia. **Centre d'Estudis Olímpics UAB**, Barcelona, p. 1-10, 1994. Disponível em: <<https://goo.gl/bdtSU4>>. Acesso em 10 mar. 2017.

NAPOLEONI, Cláudio. **A teoria econômica no século XX**. Lisboa: Editora Presença, 1973.

NEALE, Walter C. The peculiar economics of professional sports: a contribution to the theory of the firm in sporting competition and in market competition. **Oxford University Press**, Oxford, v. 78, n.1, p.1-14, 1964. Disponível em: <<https://goo.gl/yxrF6o>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

PINDYCK, Robert S; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 7. Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

PREMIER LEAGUE. **Broadcast schedules**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/EOOoFY>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

PREMIER LEAGUE. **Handbook season 2016/2017**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/5gvtDV>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

PREMIER LEAGUE. **Players**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/NfK4UK>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

PREMIER LEAGUE. **Premier League's payments to clubs in 2015/16**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/JGcuLW>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

PREMIER LEAGUE. **Premier League value of central payments to Clubs**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/7pfhkd>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

PUIG, Núria; HEINEMANN, Klaus. El deporte en la perspectiva del año 2000. **Papers: Revista de Sociologia**, Barcelona, n. 38, p. 123-141, 1991. Disponível em: <<https://goo.gl/5aPDpT>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

QUIROGA, Sergio Ricardo. Democracia, comunicación, cultura popular y deporte. **Revista Digital Lecturas: Educación Física y Deporte**, Buenos Aires, n. 8, p.1-5, 2000. Disponível em: <<https://goo.gl/wMukWD>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

REAL MADRID CLUB FÚTBOL. **La señal del Clásico llegará a una audiencia potencial de 650 millones de espectadores**.2017. Disponível em: <<https://goo.gl/12yYvy>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista Eptic**, São Cristóvão, v. 15, n. 3, p. 205-215, 2013. Disponível em: <https://goo.gl/JxAsNR>. Acesso em: 23 jun. 2017.

SILVA, Sidney B. **A estrada de ferro - os ferroviários - e o pioneirismo no futebol**. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/UAjqoD>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

SOLBERG, Harry Arne. International television sports rights: risky investments. In: JEANRENAUD, Claude; KÉSENNE, Stefan. In: **The Economics of Sport and the Media**. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2006. p. 106-125.

SOMOGGI, Amir. **Clubes brasileiros estão completamente dependentes da TV**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/D6L1EQ>>. Acesso em: 28 jun. 2017.

SOMOGGI, Amir. **Discrepância dos direitos de TV no Brasil, um erro da Globo**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/ug5J8z>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

STATISTA. **Premier League TV broadcasting rights revenue from 1992 to 2019**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/962mTz>>. Acesso em: 20 mai. 2017.

SZYSMANSKI, Stefan. **Money and soccer: a soccereconomics guide**. New York: Nation Books, 2015.

THE ECONOMIST. **Footballing pay and performance: the relationship between footballing pay and performance**. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/mMBHeU>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

THE GUARDIAN. **Premier League broadcasting revenue: how is it distributed?**. 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/t42hVv>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

THE HISTORY OF TELEVISION. **Television facts: Firsts tn the TV industry**. 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/ekdqpY>>. Acesso em: 20 jun. 2017.

TOTALSPORTEK. **Premier League player salaries of 20 clubs (wage bills 2016-17)**. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/Zh1yvt>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

TOTALSPORTEK. **Record 52% Increase In Olympics 2016 TV Rights Money**. In Worldwide Deals. Disponível em: <<https://goo.gl/NUYihu>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

WAINER, André L.. **Análise introdutória da economia do futebol:** demanda por futebol e equilíbrio competitivo. 2007. Trabalho de Conclusão (Graduação em Ciências Econômicas) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.