

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

EDUARDO LUIS KRELING

**O NOVO INSTITUCIONALISMO E A PREMIER LEAGUE: A CRIAÇÃO DO
PRODUTO, ENRIQUECIMENTO E SPORTWASHING**

Porto Alegre

2024

EDUARDO LUIS KRELING

**O NOVO INSTITUCIONALISMO E A PREMIER LEAGUE: A CRIAÇÃO DO
PRODUTO, ENRIQUECIMENTO E SPORTWASHING**

Projeto de pesquisa submetido ao Curso de Graduação da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para aprovação na Disciplina Técnicas de Pesquisa e Projeto do Trabalho de Diplomação (ECO02274).

Orientador(a): Dr. Hélio Afonso de Aguiar Filho

Porto Alegre

2024

CIP - Catalogação na Publicação

Kreling, Eduardo Luis
O NOVO INSTITUCIONALISMO E A PREMIER LEAGUE: A
CRIAÇÃO DO PRODUTO, ENRIQUECIMENTO E SPORTWASHING. /
Eduardo Luis Kreling. -- 2024.
63 f.
Orientador: Hélio Afonso de Aguiar Filho.

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, 2024.

1. Premier League. 2. Novos Institucionalistas. 3.
Sportwashing. I. Aguiar Filho, Hélio Afonso de,
orient. II. Título.

EDUARDO LUIS KRELING

**NOVO INSTITUCIONALISMO E A PREMIER LEAGUE: A CRIAÇÃO DO
PRODUTO, ENRIQUECIMENTO E SPORTWASHING**

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 Bacharel
em Economia.

Aprovada em: Porto Alegre, _____ de _____ de 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Hélio Afonso de Aguiar Filho – Orientador

UFRGS

Prof. Dr. Daniel Lemos Jeziorny

UFRGS

Prof. Dr. Cássio da Silva Calvete

UFRGS

AGRADECIMENTOS

A todas as pessoas que estiveram comigo, nos momentos que sorri e que sofri, que me influenciaram e apoiaram a finalizar essa etapa.

Aos meus pais, Tânia e João, que mesmo nunca tendo feito faculdade me incentivaram a estudar, me mostraram um caminho que nem sabia que podia traçar e me financiaram nessa loucura.

Ao meu irmão, Evandro, por ser chato e carinhoso.

Ao meu dindo, Acelo, por me suportar e dar suporte aqui em Porto Alegre.

A minha namorada, Poliana, por estar comigo, me ajudar a ser melhor, mesmo que às vezes não ajude, a falar as coisas que eu precisava ouvir, me amar desse jeito que sou e me encontrar num lugar improvável.

"Em que o futebol se parece com Deus? Na devoção que desperta em muitos crentes e na desconfiança que desperta em muitos intelectuais". - Eduardo Galeano.

RESUMO

A presente monografia trata de alguns aspectos econômicos do futebol, esporte mais popular do mundo. A partir do marco teórico institucionalista, analisa o recente enriquecimento da liga inglesa de futebol e sua conexão com a questão do investimento na melhoria de imagem e reputação moral – *sportwashing*. O objetivo é entender como este processo institucional surgiu, bem como os incentivos específicos para atuação dos principais agentes envolvidos. Uma hipótese possível de sustentar é que as relações institucionais firmadas recentemente entre clubes, federação de futebol e governo inglês, ao mesmo tempo que abriram espaço para criar um ambiente atrativo a investimentos que enriqueceram a liga, ajudaram a atrair também investimentos do tipo *sportwashing*.

Palavras-chave: Premier League. Novos Institucionalistas. Sportwashing.

ABSTRACT

This monograph deals with some economic aspects of football, the most popular sport in the world. From the institutionalist theoretical framework, it analyzes the recent enrichment of the English football league and its connection with the issue of investment in improving image and moral reputation – sportwashing. The objective is to understand how this institutional process emerged, as well as the specific incentives for action by the main agents involved. A possible hypothesis to sustain is that the institutional relationships recently signed between clubs, the football federation and the English government, while opening space to create an attractive environment for investments that enriched the league, also helped to attract investments of the sportwashing type.

Key-words: Premier League. Novos Institucionalistas. Sportwashing.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 - Ranking de Popularidade dos Esportes no Mundo.....	15
FIGURA 02 - Modelo de maximização de vitórias.....	25
FIGURA 03 - Estruturação gráfica do soft power.....	29
GRÁFICO 01 - Investimento para sediar a Copa do Mundo.....	32
GRÁFICO 02 – Divisão média das receitas dos 10 principais clubes ingleses, em 2023.....	42
GRÁFICO 03 - Divisão das receitas da televisão entre os clubes, em 2021/22.....	44
GRÁFICO 04 - Lista dos 10 principais patrocínios da Premier League.....	45
GRÁFICO 05 - Evolução da Receita das Principais Ligas da Europa.....	47
GRÁFICO 06 – Investimentos com compra de atletas, julho de 2023.....	49
GRÁFICO 07 – Valores com vendas de atletas, julho de 2023.....	50
GRÁFICO 08 - Comparação dos salários totais pagos entre as ligas.....	51
QUADRO 01 - Empresas parceiras da Premier League.....	39
TABELA 01 – Valores dos contratos de Televisão nacionais e internacionais da Premier League.....	40
TABELA 02 - Os 20 clubes com maiores receitas no futebol (2023).....	45
TABELA 03 – Despesas e receitas dos clubes da Premier League.....	51

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

PL - Premier League

NEI - Nova Economia Institucionalista

FL - Football League

FIFA - Federação Internacional de Futebol

VEI - Velha Economia Institucionalista

UEFA - União das Associações Europeias de Futebol

FA - Football Association

BBC - British Broadcasting Company Ltd

ITV - Independent Television

UE - União Europeia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	13
2.1 SOBRE O FUTEBOL.....	13
2.1.1 As Origens do Futebol.....	13
2.1.2 Sobre a Popularidade.....	14
2.2 INSTITUCIONALISMO.....	16
2.2.1 Velhos Institucionalistas.....	16
2.2.2 Novos Institucionalistas.....	17
2.2.2.1 Custo de Transação.....	19
2.2.2.2 Confiança.....	20
2.2.2.3 Direito de Propriedade.....	20
2.2.2.4 Economias de Escala.....	22
2.2.2.5 Reputação.....	22
2.2.2.6 Visibilidade.....	23
2.2.2.7 Maximização de Vitórias.....	23
2.2.2.8 Teoria dos Grandes Astros.....	25
2.2.2.9 Retorno.....	27
2.3 SPORTWASHING.....	27
2.3.1 Como Funciona.....	29
2.3.2 Exemplos de Sportwashing.....	30
3 ANÁLISE LIGA.....	33
3.1 PREMIER LEAGUE.....	33
3.2.1 A Violência, O Relatório Taylor E O Governo Thatcher.....	33
3.2.2 A Criação Da Premier League.....	35
3.2.3 Meios De Comunicação.....	36

3.2.4 A Liga E O Donos Milionários.....	37
3.2 A ATUAL PREMIER LEAGUE.....	38
3.2.1 Ambiente Institucional.....	38
3.2.2 Visibilidade.....	41
3.2.3 Receitas.....	42
3.2.4 Investimentos.....	47
4 CONCLUSÃO.....	56
REFERÊNCIAS.....	58

1 INTRODUÇÃO

O futebol, tal como é atualmente praticado e veiculado, transcende sua relevância puramente esportiva (técnica e tática), constituindo-se em um negócio global com interesses financeiro e político. Na vanguarda disso está a *Premier League (PL)*, o campeonato de primeira divisão da Inglaterra, a atual liga de futebol mais rica do mundo, na temporada 2022/2023, de acordo com dados da própria Liga, gerou 127,7 milhões de libras (aproximadamente 797,8 milhões de reais) em receitas. Valor que é quase o dobro de *La Liga*, o Campeonato Espanhol de Futebol, posicionada em segundo lugar em geração de renda de ligas de futebol.

Para compreender os números e a relevância que a *PL* atingiu, a presente monografia faz uso do referencial teórico Novo Institucionalista (NEI), a fim de mostrar como as variações em arranjos institucionais bastante particulares se ligam a determinados resultados econômicos e a riqueza. Procura-se mais especificamente, entender como este processo institucional surgiu, bem como os incentivos específicos para atuação dos principais agentes envolvidos. A hipótese assumida é que o rompimento com a federação esportiva do país e a criação de uma liga comandada pelos clubes membros, ao mesmo tempo que produziu riqueza, com a abertura do mercado, trouxe como contrapartida uma certa falta de controle institucional, responsável pelo que se convencionou chamar de *Sportwashing*, entendido como “lavagem esportiva”, na conceptualização de Brannagan e Giulianotti (2018).

Partindo do princípio que a riqueza é um estado de coisas desejável, uma justificativa para se entender o processo que levou à proeminência do futebol inglês, é que ela pode apontar caminhos, principalmente para o Brasil. Pode também, esclarecer sobre certas conexões que se formam entre o poder econômico - como possui o futebol - e a política (Estados e organizações diversas), no caso aqui analisado, o investimento em eventos ou mesmo aquisição de clubes, com o objetivo de melhorar a reputação moral, como o desvio da atenção de uma violação moral, minimizando ou normalizando esse desvio.

A presente monografia está dividida da seguinte forma. A segunda seção, ao mesmo tempo que apresenta um breve histórico sobre o futebol, apresenta também o referencial teórico que será utilizado no trabalho, da NEI, bem como uma descrição do fenômeno, que se convencionou a nomear, *sportwashing*. A terceira

seção traça um breve panorama do futebol inglês, tendo como foco apresentar o processo de formação da PL, analisando os processos institucionais que permitiram a atual primeira liga inglesa a alcançar o lugar de destaque em termos de riqueza e chamar atenção e interesse internacional, como um lugar a se explorar para o fenômeno do *sportwashing*.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Esta seção inicia pela análise da origem e influência do futebol pelo mundo, entendendo como o esporte que saiu da Inglaterra ganhou os contornos atuais. Na sequência, trata do referencial teórico institucionalista, detalhando conceitos importantes para a proposta de estudo da monografia. Ao final deste capítulo, será revisado o que se entende na literatura por *sportwashing*, passando pelo conceito e os objetivos dessa prática no mundo.

2.1 SOBRE O FUTEBOL

Com ligas e copas espalhadas por diversos países do mundo, em diversas divisões, o futebol influencia pessoas e grupos, gerando impactos sociais e financeiros. Para entendermos como o futebol disseminou-se e tornou-se tão influente, precisamos compreender as origens dele e as razões para ter se tornado o jogo mais praticado no globo.

2.1.1 As Origens do Futebol

O Futebol, de origem na educação pública britânica, teve suas regras elaboradas e codificadas pela primeira vez na Universidade de Cambridge, em 1848, como uma derivação do esporte mais popular do país na época, o *Rugby*. No sentido mais darwinista, o futebol pode ser definido como uma evolução do seu esporte original, já que a partir da sua estrutura de regras mais simplificadas conseguiu adaptar-se melhor e adquiriu características territoriais e culturais, ampliando seu número de apreciadores e praticantes, cada qual com suas características, fazendo com que chegasse ao seu atual status de esporte mais popular do planeta. Mantendo-nos na metáfora biológica, a difusão do jogo pelo mundo, como uma espécie exótica, se deu através, sobretudo, dos ferroviários e marinheiros, classe pela qual o novo esporte se espalhou.

Na Inglaterra ainda, o esporte começou a tomar proporções mais populares a partir de uma consolidação e relativa estabilidade do modelo capitalista, como define Karak (2017). Numa sociedade que exigia uma força de trabalho qualificada, saudável e relativamente satisfeita, o futebol ocupou o vácuo do “tempo de lazer”, a

partir de sua prática que acontecia sobretudo em feriados de sábado a tarde, tradição que se mantém até hoje nos televisores ingleses.

A própria profissionalização do esporte, que passou a ser legalizada em 1885 - com a posterior formação da *Football League (FL)*, em 1888 -, está atrelada a interesses, tendo em vista a criação de equipes ligadas a igrejas, representando um quarto da liga no período. Estas instituições, buscavam com isso ampliar o crescimento em áreas urbanas de classe trabalhadora, em Birmingham – com o *Aston Villa* e *Birmingham City* –, Bolton e em Liverpool – com o *Everton*. Apenas depois, com o reconhecimento da força do esporte, que surgiram os clubes da classe trabalhadora: o *Arsenal* e *West Ham*, em Londres, o *Manchester United* e o *Southampton*, nas respectivas cidades homônimas.

Após isso, o esporte em geral passou a ser parte da política expansionista cultural britânica, sobretudo, no caso do futebol, na América Latina, Ásia e África, consolidando o futebol com o esporte global e influente, como é tido hoje.

Os adeptos cresceram, as federações nacionais começaram a criar campeonatos internos e o esporte até então amador começou a pagar salários e profissionalizar-se. O jogo tornou-se também uma forma de demonstração de força e ampliação geopolítica. O passo seguinte foi a criação de competições continentais e até mundiais, como a Copa do Mundo de Futebol, através da FIFA - Federação Internacional de Futebol.

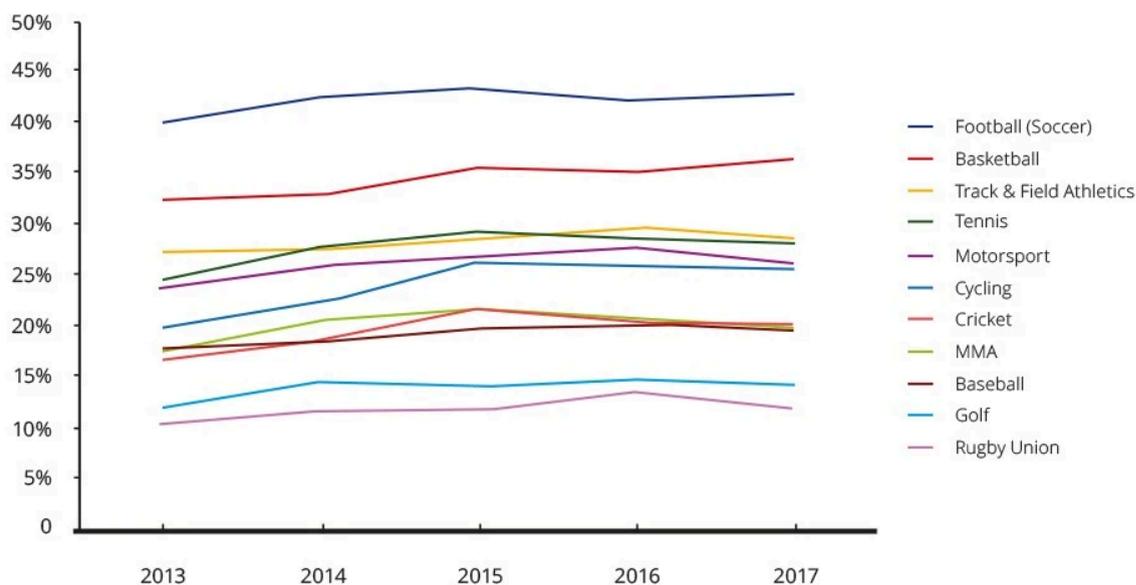
Para além da importância social, que será explorada no próximo tópico, o jogo movimenta diretamente 1% da economia mundial, em que são deixados de lado pontos anexos, como por exemplo os grandes eventos e suas relações políticas conectadas e turismo.

2.1.2 Sobre a Popularidade

Partindo para uma análise sociológica e antropológica, observamos as razões, do multi-nominado esporte, ser tão influente no mundo atual, como é corroborado a partir dos dados do estudo formulado pela Nielsen Group (2018). Estudo que formalizou a impressão vigente sobre o futebol, de que mais de 40% das pessoas com 16 anos ou mais, nos principais centros populacionais do mundo, se consideram interessadas ou muito interessadas em seguir o futebol, mais do que

qualquer outro esporte. Com uma liderança destacada e isolada como pode ser visto no grafismo, abaixo.

FIGURA 01 - Ranking de Popularidade dos Esportes no Mundo.



Source: Nielsen Sports DNA. Figures represent results from survey of 18 markets: Australia, Brazil (urban population), Canada, China (urban), France, Germany, India (urban), Italy, Japan, Malaysia, Poland, Russia (urban), Singapore (urban), South Korea (urban), Spain, U.A.E. (urban), U.K., U.S.

Copyright © 2018 The Nielsen Company

Fonte: Nielsen Group (2018).

O antropólogo francês Bromberger (2001), em seu livro, dá duas como as principais fontes da popularidade do futebol: a teatralização com a vida social e a encarnação de um leque de possibilidades identificatórias. Em relação a vida social, o futebol apresenta simbolicamente os principais eixos da vida contemporânea, exalta o mérito e a performance ao mesmo tempo em que revela a incerteza e a mobilidade dos status individual e coletivo. Também tem a capacidade de encarnar o ideal de uma sociedade democrática, com foco no mérito individual, junta-se a isso a força do trabalho em equipe, mas conectado a isso a força do acaso, com o azar ou sorte.

No âmbito coletivo, no que tange a sociedade, tem a capacidade de mobilizar e demonstrar pertencimento, com equipes que se enfrentam regularmente em

torneios e campeonatos, o que permite uma gama de possibilidades de simbolização e divisões regionais e nacionais. Essa característica de identitária proporcionada pelo esporte, inclusive, conecta as características de praticar o jogo com as normas daquela sociedade, como define Hamilton (2023), ao relacionar a forma de como o futebol é praticado na Europa, com om certas restrições “legais”, já na América do Sul, as restrições mais flexíveis fazem com que haja mais liberdade sobre as decisões.

Pep Guardiola’s vision of order possesses a historical and cultural background that surrounds certain aspects of Dutch and English football and that bears resemblance — sometimes subconsciously — to the religious molding and cultural makeup of the place. [...] like all of America, a hybrid culture built on the contact between heterogeneous civilizations, establishes violent negotiations, but also resistance frontiers, creating outflow lines and flexibility. (Hamilton, 2023, p. 1).

O futebol, seja de uma forma metafórica ou prática, classifica o pertencimento, ainda que atualmente os critérios identitários estejam em franca transformação.

2.2 INSTITUCIONALISMO

Neste ponto passaremos a analisar as estruturas da Economia Institucionalista, partindo de uma breve análise dos conceitos originários dessas escolas, iniciando pela denominada Velha Economia Institucionalistas (VEI), responsáveis por alicerçarem os conceitos. Na sequência, passando a debater, a Nova Economia Institucionalista (NEI), que servirá como balizador teoricamente na análise desse trabalho, através de pontos centrais de estudo dessa escola econômica.

2.2.1 Velhos Institucionalistas

Introduzida aos programas de pesquisa em economia no final do século XIX, a partir dos escritos de Thorstein Veblen, representante central daqueles que se convencionou a chamar de “velhos” institucionalistas, que incluem ainda, em destaque, Commons e Mitchell. Os representantes desta escola argumentam em prol de uma economia empírica, sustentando seus pilares em uma ciência evolucionária, opondo-se às teorias econômicas ortodoxas (Rutherford, 2001).

Seu núcleo de pensamento relaciona-se aos conceitos de instituições, hábitos, regras e sua evolução, tornando explícito um forte vínculo com as especificidades históricas e com a abordagem evolucionária. A constituição de uma teoria econômica com instituições, oriunda da relação entre a atividade humana, as instituições e a natureza evolucionária do processo econômico, definiria diferentes tipos de economia. Assim, se fosse possível afirmar que existe uma "teoria geral" institucionalista, sua generalidade estaria em indicar como desenvolver análises específicas e variadas em relação a um fenômeno específico. (Conceição, 2022, p. 81).

Para além da teoria evolucionária, Veblen sugere também uma teoria dos instintos, como apresenta Rutherford (1984), a partir dos escritos de Veblen, de que os homens seriam movidos por três instintos: (i) instinto de artesanato (*workmanship*), que seria a tendência à implementação de incrementos tecnológicos; (ii) instinto familiar (*parental bent*), que inclinaria o sujeito a buscar a melhora do bem-estar da família e da sociedade; (iii) instinto de curiosidade (*idle curiosity*), que levaria o sujeito a produzir explicações coerentes do mundo. Posto isso, o conceito do que se convencionou a definir instituição, como definido por Conceição (2002), é o resultado de uma situação presente, que molda o futuro, através de um processo seletivo e coercitivo, orientado pela forma como os homens vêem as coisas, o que altera ou fortalece seus pontos de vista.

Já Commons, discípulo de Veblen, apresenta as instituições como possuidoras de um papel instrumental na resolução de conflitos e regulação de relações sociais, sendo que essas relações estariam implícitas pelas transações, entendida por Commons uma espécie de acordo coletivo e inicial entre indivíduos, possibilitando assim um sistema econômico capaz de produzir, distribuir e trocar mercadorias. Portanto, para o autor, as transações são a unidade básica de análise (Conceição, 2002).

No final do século XIX, surgiram aqueles que se convencionou a chamar de “novos” institucionalistas, de forma a revigorar os conceitos dos “velhos”, através do aprofundamento das noções propostas por Veblen e seus contemporâneos.

2.2.2 Novos Institucionalistas

Com forte influência em Veblen, a NEI resgata a importância de conceitos centrais para o antigo institucionalismo. Caracterizam-se como uma reação da economia neoclássica diante da crítica quanto à falta de empiria e de um conceito de

instituição no âmbito da teoria econômica ortodoxa, como fazem em seus estudos os economistas de mais destaque desta escola: North, Coase e Williamson.

A crítica aos neoclássicos se faz pelos seguintes pressupostos agrupados em quatro eixos, como apresentado por Conceição (2002): o primeiro, que define a economia como um “processo contínuo”, opondo-se assim a economia ortodoxa, que não está relacionada ao tempo, lugar e circunstâncias; segundo, a interação entre instituições, tecnologia e valores são de fundamental importância; a terceira, procura pela verdade e justiça social, diferente da ortodoxa, caracterizada por ser demasiadamente dedutiva, estática e abstrata, de forma a celebrar as instituições dominantes; quarto, enfatiza trabalhos empíricos e teóricos de outras disciplinas, oferecendo um carácter multidisciplinar, reconhecendo a importância de interesses e conflitos, a mudança tecnológica, e a inexistência de uma constante aplicável à vontade humana, aspectos ignorados pelos neoclássicos.

Nesse ponto, às instituições são identificadas com regras, formais e informais, de comportamento, como descrito por North, que acrescenta que nessa perspectiva os agentes econômicos são indivíduos oportunistas, sendo freado apenas pelas sanções dos Estado, sendo este uma instituição possuidora de vantagens comparativas por ser detentora da “violência” (Cavalcante, 2014).

A partir da análise de Conceição (2002), as preocupações da NEI passaram a ser, fundamentalmente, aspectos microeconômicos, com ênfase na teoria da firma, em que mesclavam história econômica, economia dos direitos de propriedade, sistemas comparativos, economia do trabalho e organização industrial, enfatizados pela reunião de artigos de diversos autores. Em linhas gerais, esses estudos pretendem superar a microteoria convencional, centrando sua análise nas “transações”.

Portanto a NEI reúne os pensamentos dessa escola sobre três hipóteses: a primeira, transações e os custos associados, responsáveis por definir diferentes modos institucionais de organização; segunda, a tecnologia, que embora seja um aspecto fundamental, não é uma fator determinante da organização da firma; e a terceira, sendo as falhas de mercado, tidas como centrais para a análise, conferidoras de importância hierárquica ao conceito.

Portanto, a partir das contribuições da NEI, foram possíveis avanços no campo da microeconomia, como define Conceição (2002), que completa, que sem

os estudos relacionados às formas de organização da firma, falhas de mercado e custo de transações, não seria possível uma teoria institucional moderna.

Oliver e Williamson (2000), definem a NEI como um caldeirão fervente de ideias, não se limitando a um programa de pesquisa institucional e com ideias concorrentes. “The new institutional economics is a boiling cauldron of ideas. Not only are there many institutional research programs in progress, but there are competing ideas within most of them.” (Oliver e Williamson, 2000, p. 610).

Concluem que apesar das muitas realizações, ainda há muito a explorar: em refinamento, extensões, aplicações, testes empíricos, numa teoria mais plenamente formal.

Analisaremos a partir desse momento alguns pontos de destaque da NEI, a fim de aprofundar a análise desta escola e para explorá-los comparativa e analiticamente, quando aprofundarmos a investigação sobre a PL.

2.2.2.1 Custo de Transação

A NEI trata as transações como fundamentais para definir os limites da ação das instituições, não bastando observar a produção para se entender porque as instituições existem e de que forma elas se organizam. Além disso, tratam o custo de transação a partir de uma abordagem microanalítica, do desenvolvimento da análise comparativa das instituições, considerando as instituições uma estrutura organizacional e enfatizando a importância das relações contratuais entre os agentes.

Segundo North (2006), os custos de transação enfatizam a importância das instituições para a análise econômica, tendo em vista que mercados crescentemente incompletos e imperfeitos têm como resultado a ocorrência de maiores custos de transação. Importância reiterada por Williamson (1989), que define como fundamental, tendo em vista que reduzir custos totais é considerado, pela NEI, como o problema central das organizações econômicas.

North (2006), adiciona que trata o conceito de custos de transação pela sua perspectiva de utilização, definida pelo autor como bastante ampla, a exemplo do tratamento que é dado ao conceito de instituições. Acrescenta, definindo que a História demonstra que a evolução do comércio deve ser entendida como tendo uma importância relacionada à evolução das instituições, que por sua vez afetou os

custos de transação, tornando necessária a criação de instituições para garantir a continuidade da expansão.

O empresário, está incumbido de fazer escolhas que afetam os custos totais - produção e transação -, esse que determinam os preços relativos (North, 2006). Por sua vez, Williamson (1989), apresenta uma proposta semelhante, no que se trata da especificidade dos ativos e da decisão do empresário: de produzir internamente ou recorrer ao mercado.

De uma forma resumida, o Custo de Transação, conforme a definição geral da NEI, está diretamente atrelado a como a economia se sente em relação às questões como previsibilidade e confiança, no que tange às instituições que a compõem. Posto isso, a queda ou aumento dos Custos de Transação, andam intrinsecamente ligados a como as instituições que vão transacionar sentem o meio econômico e social.

2.2.2.2 Confiança

A confiança, no meio acadêmico, tem seu funcionamento definido por Costa (2020), a partir do meio de processos de produção, circulação e consumo de bens e serviços baseados em plataformas e na cooperação entre agentes desconhecidos, que efetivam essas práticas por meio de trocas, empréstimos, doações e aluguel, envolvendo várias dimensões e de forma síncrona.

Essas iniciativas são promovidas por empresas que podem ou não visar lucro, tendo em comum o fato de conectar agentes desconhecidos para realizar transações, através da construção de um ambiente de risco reduzido, que disponibilize produtos e serviços. Nesse sentido, a confiança, foca suas características e modo de funcionamento num processo de vinculação social e institucional.

2.2.2.3 Direito de Propriedade

A NEI não apenas busca explicar a razão para certos comportamentos, mas também entender a ocorrência e persistência dos agentes na tomada de decisões de resultados ineficientes, a partir da decorrência de instituições que não levam os

indivíduos às situações mais eficientes, como ocorre no caso do direito de propriedade.

Como apresentado por North (1990), o processo de troca envolve custos de transação, o reconhecimento destes custos provoca mudanças nas convenções da teoria econômica e implicações no seu desempenho.

Na ausência desses custos de transação, que passam a ser válidas as hipóteses da teoria neoclássica de que o direito de propriedade é especificado, assim como a informação. Com os custos de transação nulos, a alocação final independe da inicial, nesse sentido, a alocação dos direitos de propriedade serão sempre eficientes, pois esses direitos são adquiridos por quem os mais valorizam (Coase, 1960).

Já no sentido contrário, quando os custos de transação são positivos, as instituições ganham importância e a estrutura inicial de direitos de propriedade influencia a alocação final de recursos. Dessa forma, essa alocação inicial de direitos de propriedade, mesmo que não eficiente, pode ser definitiva, quando os ganhos de uma das partes que valoriza mais direito não supera os custos de transação.

Numa definição mais pragmática, o direito sobre a propriedade de um ativo consiste em poder usá-la, trocá-la ou mudá-la de forma e de estrutura, ou mesmo, poder transferir todo o direito, como no caso da sua venda, ou parte dos direitos, no caso do aluguel.

Com base na análise dos direitos de propriedade, Fiani (2002) define que é possível constatar que o proprietário do ativo se apropria tanto do fluxo de rendas presentes como do fluxo futuro, por meio da valorização ou desvalorização do seu ativo. Completa, que o proprietário é o demandante residual das rendas geradas, o que afeta o valor do próprio direito, sendo que a variação no valor desse direito se manifesta no momento da venda, pela realização do seu valor de mercado. Portanto, é na venda do ativo que o seu valor se efetiva, conforme determinado pelo seu direito de propriedade, cabendo ao proprietário desse direito arcar com o ônus e ganhos desse ativo.

Nesse ponto de análise, destaca-se o estabelecimento de um vínculo entre direito de propriedade e riqueza, em que os direitos associados a um ativo determinam o valor dele e conseqüentemente a riqueza do seu proprietário, que tem incentivo para definir seus direitos de forma a ampliar sua riqueza. Contudo, como a

definição dos direitos pode ser afetada pela presença dos custos de transação, o contexto institucional passa a ganhar grande relevância como um definidor dos direitos de propriedade e estes, por sua vez, determinam as possibilidades de ganhos e consequentes investimentos produtivos e financeiros.

2.2.2.4 Economias de Escala

A economia de escala relaciona-se a busca da maximização da utilização dos fatores produtivos, envolvidos nos processos institucionais, através dos baixos custos de produção e incremento de bens e serviços. Ela ocorre quando a expansão da capacidade produtiva de uma instituição culmina no aumento da quantidade total produzida sem um aumento proporcional do custo de produção.

A economia de escala, a partir da sua conceituação, tem inclusive o poder de explicar porque algumas instituições são mais lucrativas que outras. Além de que as escolhas entre governança e custo de produção como uma questão relevante na determinação do valor das instituições.

2.2.2.5 Reputação

A reputação, no seu sentido conceitual, surgiu para auxiliar o entendimento das organizações numa estrutura de competição imperfeita, a partir da existência de contratos imperfeitos e assimetria de informação.

Esses mecanismos de reputação, quando relacionados a transações dos mesmos agentes, induzem à cooperação, que podem ser interpretadas como benigna e não oportunista.

A reputação das partes relacionadas à transação exerce um papel relevante nos processos organizacionais, sendo esses: transferência de preços, alocação de capital, compensação e governança corporativa. A partir da percepção desses impactos sobre a performance corporativa, sua relevância fica clara. Deste modo, entender como construí-la, como lidar com ela, como sustentá-la e como trabalhar as diversas expectativas, passou a ser um dos grandes desafios das organizações, dada à similaridade dos concorrentes e que a decisão dos agentes poderá se dar considerando a reputação.

Williamson (1996), utilizando-se da teoria dos jogos, modelou o comportamento dos agentes numa negociação, a partir da potencial perda de ganhos futuros comparativamente com os potenciais ganhos presentes, ambos os casos derivados de uma conduta inadequada. A análise se deu em três situações distintas: em contratos recorrentes entre um comprador e um vendedor, em contratos recorrentes entre uma série de compradores e um só vendedor e em contratos recorrentes em uma série de compradores e uma sucessão de vendedores. Nesta modelagem, a reputação aparece como um atenuante do incentivo ao comportamento oportunista entre as firmas.

Por fim, o gerenciamento da reputação ganha destaque e justifica-se quando observado sobre dois fatores: por questões econômicas e por decisões estratégicas. Fica evidenciado que uma reputação favorável é um fator relevante que impacta em ganhos financeiros, a partir do momento que investidores reconhecem boa reputação quando decidem pela compra de ações, quando clientes pagam preços maiores por produtos e serviços e quando empregados preferem trabalhar em empresas reconhecidas por sua reputação.

2.2.2.6 Visibilidade

A visibilidade tem por objetivo e por consequência das suas ações, permitir o reconhecimento público, além de construir um lugar em que as ações são legitimadas e influenciam agendas individuais e coletivas, que em conjunto transformam-se em ganhos econômicos.

Na dimensão corporativa, a expansão dos negócios e a formação de companhias globais, forçam as instituições a investirem recursos materiais e humanos, tanto no que engloba a gestão das informações para a mídia e redes sociais, além do sentido esportivo, de forma a maximizar as vitórias.

2.2.2.7 Maximização de Vitórias

Neste segmento, saímos um pouco daqueles que são pressupostos ligados fortemente a NEI, para adentrarmos num modelo microeconômico de maximização, que se relaciona fortemente com a liga inglesa e ajuda a explicar e conectar o tema

anterior – visibilidade – com o tema a seguir – teoria dos grandes astros – buscando explicar porque os agentes tomam certas decisões.

A análise econômica teórica relacionada à indústria esportiva das ligas de futebol e dos objetivos dos clubes, individualmente, dão destaque a modelos de maximização de clubes. Inicialmente, a análise se dará com os clubes maximizadores de Lucros e maximizadores de Vitórias – no sentido de equipes que maximizam a qualidade relativa da equipe –, ambos os modelos citados são amplamente explorados por Kesenne (2007), em seu livro que usa como base os artigos do próprio Kesenne (2006) e Fort and Quirk (2004).

Posteriormente, estudou-se os clubes maximizadores de Bem-Estar, de uma literatura mais recente, num artigo de Madden (2012), que apresenta esse modelo como uma terceira via de como os clubes lidam com os seus objetivos individuais, levando em consideração clubes associativos em que a equipe que gerenciará os negócios do clube é escolhida através de ciclos eleitorais e por isso precisam alinhar-se com os interesses dos associados.

A base desses modelos de maximização se dá pela relação de dois clubes – que carregam como suposições: receita com ingressos como a única receita do clube, salários dos jogadores e comissão técnica como os únicos custos do clube, oferta de talentos perfeitamente elástica e o microfundamento específico para a utilidade do torcedor, suposições estas racionalizadas com base na comparabilidade com as suposições de outros modelos relevantes na literatura de economia esportiva - que compõem uma liga esportiva profissional. Já as regras exógenas da liga são que cada time joga contra o outro duas vezes, uma em casa - em que o clube possui um estádio com capacidade dada e é abstraído os custos do estádio como é usual na literatura - e outra fora. Além disso, contratam jogadores, $Q_i \geq 0$, que denota o gasto com talento de jogo pela equipe i , também chamado de qualidade do time i , sendo que o talento está em oferta perfeitamente elástica a um salário normalizado para 1.

Além disso o clube da casa (i) define o preço do ingresso (p_i) e recebe toda a receita de bilheteria dessa partida, sem nenhuma discriminação de preços. Existem conjuntos de torcedores - com afinidade dada exogenamente – de cada clube e são considerados os únicos espectadores em potencial para a partida em casa – e não viajam para os jogos fora de casa. Estes torcedores são heterogêneos em sua

disposição de pagar pelos ingressos, dadas por $v(Q_i, Q_j) - x$, onde o parâmetro de heterogeneidade é $x \geq 0$ e $v(Q_i, Q_j)$ é a avaliação máxima.

Depois que o talento é contratado e os ingressos vendidos, as partidas são disputadas e surge um vencedor. Antes do início das partidas, a probabilidade do Clube i vencer é uma função $W(Q_i, Q_j)$ – esta poderia ser uma das funções populares de sucesso de competição. Os clubes tomam decisões independentes sobre a contratação de talentos (Q_i) e preços dos ingressos (p_i) indo na direção de seus objetivos.

Para nossa análise posterior sobre a *PL*, nosso foco ficará no modelo de maximização de Vitórias, que de um modo geral, são clubes que maximizam a qualidade do elenco e obtenção de título, dando menos atenção a obtenção de lucros através das receitas de ingressos, já que recebem investimentos adicionais ou tem grandes receitas oriunda de patrocínio e televisão.

No caso do modelo de maximizador de Vitórias, é dado pela função $W(Q_i, Q_j)$, em que o objetivo é que um clube produza um time com a qualidade superior a do adversários, para maximizar a probabilidade de vitória, para isso é incluída uma restrição orçamentária, na seguinte forma.

FIGURA 02 - Modelo de maximização de vitórias.

$$\max_{p_i, Q_i} W(Q_i, Q_j) \quad \text{subject to } \Pi_i(Q_i, Q_j, p_i) \geq 0 \quad (\text{WMAX})$$

Fonte: Madden (2012).

2.2.2.8 Teoria dos Grandes Astros

Os grandes astros surgiram a partir da aproximação dos torcedores com atletas e instituições esportivas, proximidade está atrelada a imprensa que a partir da década de 50 acrescentava dramatismo e paixão às coberturas esportivas. O processo de identificação e subjetificação, por parte dos clubes, aproveita-se dessa figura do jogador como grande astro.

Simpson (1994), caracteriza os grandes astros como detentores de um importante controle sobre a representação das pessoas em sociedade, além de exercer algum tipo de influência, sobre alguns agentes, em relação ao modo de ser em sociedade. Define o astro também como um agente que ocupa uma posição

privilegiada na definição dos papéis e tipos sociais, isso acarreta como as pessoas acham que podem e devem se comportar.

Além de toda influência social dos astros, a posição de influência que alcançam está diretamente relacionada a sua qualidade na execução das atividades físicas e técnicas que são exigidas dele no meio esportivo. O acúmulo dessa característica - qualidade e influência - atrelado a outras capacidades, influencia diretamente seus ganhos, na forma de salário. As instituições esportivas, que detêm o contrato desses astros, por sua vez, também se aproveitam dessa influência, para visibilidade e receitas.

Analiticamente, conforme demonstra Rosen (1981), presumindo uma distribuição de talento estabelecida na população de vendedores potenciais - sendo m o tamanho do mercado e p o preço -, o equilíbrio geral do mercado é um par de funções $p(q)$ e $m(q)$ indicando preço e tamanho de mercado dos vendedores.

Acrescenta-se que, a partir da função de receita líquida, $R(q)$, é observável que pequenas diferenças em talentos são ampliadas em diferenças maiores de ganhos, característica da função observável a partir da sua forma convexa. Além dessa característica dos retornos, sustentada pela substituição imperfeita dos vendedores, há outra característica relacionada à escala, de que o consumo conjunto implica que o custo de produção não aumenta proporcionalmente ao tamanho do mercado de vendedores, característica explicada pela tecnologia. (Rosen, 1981).

Postas essas características é observável que, um aumento numérico de consumidores desses talentos eleva a procura, que eleva o preço equivalente do mercado. Conforme $R(q)$ aumenta, entram no mercado mais ofertantes de talento, dessa vez menos talentosos. Embora a qualidade média caia, a receita dos primeiros ofertantes, mais talentosos, aumenta atrelado ao aumento médio, portanto, a distribuição das recompensas torna-se mais distorcida.

Esse aumento da oferta no mercado, reduzem o valor de equilíbrio e melhoram a situação dos consumidores, dadas essas questões, fica claro a vantagem de atuar em mercados globais.

O efeito de distribuição de talentos depende da elasticidade da procura: se for elástico, os efeitos de redução de custos anulam o declínio dos preços e as rendas dos ofertantes de talento aumentam; se a demanda for inelástica, o número de ofertantes diminui e a média de talentos restantes aumenta.

Nesse ponto, as mudanças tecnológicas, nas comunicações e nos transportes expandiram o mercado potencial, com procuras elásticas há uma tendência para uma concentração crescente de rendimentos no topo, bem como maiores rendas para todos os vendedores à medida que estas mudanças prosseguem ao longo do tempo.

2.2.2.9 Retorno

O retorno, que pode ser caracterizado de duas formas, efectivo e previsto, serve como forma de avaliação do desempenho de um investimento. No primeiro caso, numa avaliação posterior, já o segundo, partindo de uma visão prévia, a partir de uma expectativa desse retorno.

No sentido organizacional esse é um dado de muita relevância, já que se relaciona diretamente com os investimentos que a organização fará ou será capaz de fazer. Para contemplar essa necessidade de entender e avaliar o retorno, surgiram os conceitos de *ROI* (Retorno sobre o Investimento) e *ROE* (Retorno sobre o Patrimônio). São os que permitem a comparação com os diversos tipos de investimentos em empresas do setor produtivo ou mesmo do mercado financeiro. Eles permitem ao administrador avaliar os resultados financeiros em relação aos retornos dos proprietários e aos investimentos (MARTINS, 2005).

2.3 SPORTWASHING

O termo *Sportwashing*, que numa tradução literal define-se como “lavagem esportiva”, é um neologismo que começou a aparecer com crescente regularidade na mídia de língua inglesa nos últimos anos, como destaca Skey (2022), que em seu estudo, a partir de uma pesquisa feita no banco de dados *Nexis UK* encontrou o termo sendo citado pela primeira vez relacionado a um evento esportivo em 2015, no jornal *UK Independent*, em um texto da ativista de direitos humanos Gulnara Akhundova que criticava a realização de um evento de atletismo no Azerbaijão. Nos anos 2019 e 2021, o uso do termo disparou na mídia em inglês, com 550 e mais de 800 menções, respectivamente, e em 2018 o crescente reconhecimento do termo fez com que fosse incluído no *Oxford English Dictionary* (Skey, 2022).

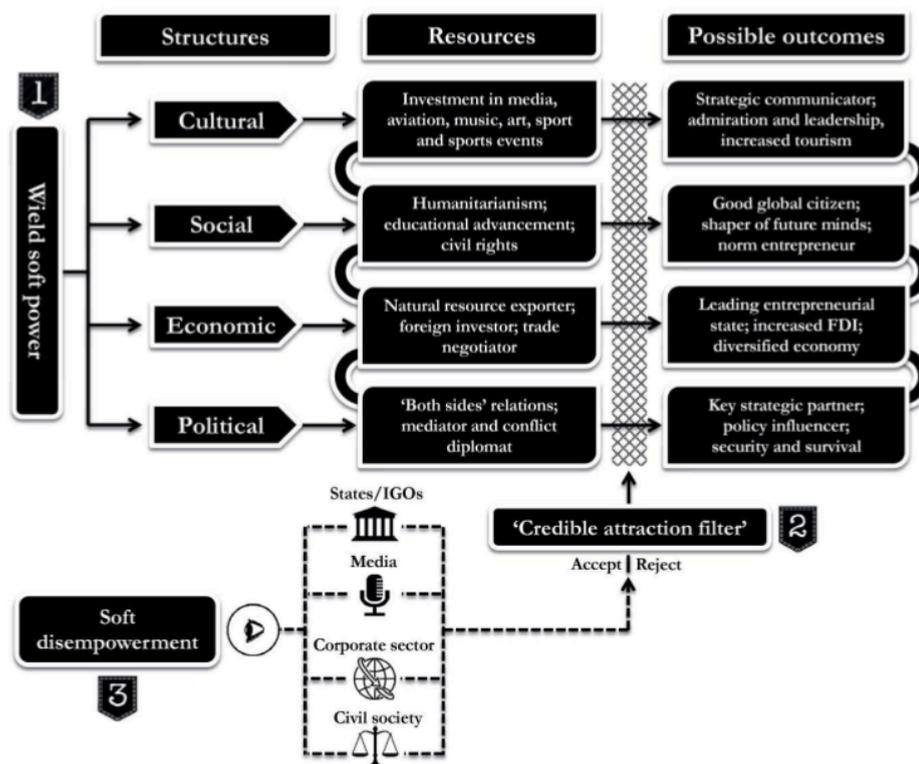
A natureza do *Sportwashing* é trazida por Brannagan e Giulianotti (2018) como uma prática de associação de Estados como o esporte, geralmente através da organização de eventos ou mesmo aquisição de clubes, como o objetivo de melhorar a reputação moral, como o desvio da atenção de uma violação moral, minimizando ou normalizando esse desvio.

Para além de questões econômicas, Fruh, Archer e Wojtowicz (2022) destacam outras duas questões, a exploração de elementos esportivos valiosos, a partir do entusiasmo pelo eventos, pegando algo que é importante para um grande número de pessoas e polui com políticas problemáticas e graves injustiças. Reforçam, que também funciona para tornar os participantes cúmplices dos delitos, no sentido de darem respaldo com sua aparição. Isso estende um desafio moral a milhões de pessoas envolvidas com o esporte, pois elas estão envolvidas em defender e reforçar a injustiça estrutural de maneiras que podem ser difíceis de identificar.

Por trás desse conceito existem interesses geopolíticos, que podem ser definidos como *hard power* ou *soft power*. O primeiro é caracterizado pela capacidade de um Estado em utilizar coerção para assegurar seus interesses. Somente as grandes potências têm as prerrogativas para usufruir deste instrumento. Define-se também *soft power* como a capacidade de um país em induzir outros a seguirem suas políticas ou se adequarem aos seus objetivos sem a necessidade do uso da força (Nye, 1990).

Brannagan e Giulianotti (2018), apresentam o *soft power*, graficamente, conforme a figura a seguir:

FIGURA 03 - Estruturação gráfica do soft power



International Affairs, Volume 94, Issue 5, September 2018, Pages 1139–1157, <https://doi.org/10.1093/ia/iiy125>

The content of this slide may be subject to copyright: please see the slide notes for details.

Fonte: Brannagan e Giulianotti (2018).

Na literatura, como destaca Almeida e Pereira (2022), o *soft power* pode ser encarado como uma estratégia diplomática para que países sem peso econômico ou militar possa exercer algum poder de atração para expansão e consolidação dos seus negócios, permitindo maior inserção na economia de mercado e obtendo vantagens competitivas em relação a países de mesmo patamar, no caso geral, as nações que fazem uso do *sportwash*, executam isso através da criação de um fundo soberano.

2.3.1 Como Funciona

O Sportwashing pode atingir seu objetivo através de diferentes efeitos, conforme apresentado por Fruh, Archer e Wojtowicz (2022), os efeitos mais diretos se dão através da posse de um clube de destaque ou sediar um megaevento. Completam, que isso é tão simples quanto distorcer pesquisas indesejáveis na

internet, através da relevância dessas ações. Esse efeito é definido como uma distração, em que menos pessoas acabam informadas sobre as distorções morais, que está sendo “lavada”, e mais pessoas ficam expostas a associação positiva.

Semelhante, mas ao mesmo tempo distinto, é o efeito dito como minimização das violações, que em vez de fazer com que as pessoas tomem menos conhecimento, o efeito de minimizar busca alterar o contexto, fazendo com que as violações pareçam menos urgentes, extensas ou importantes.

A terceira citada, ainda conforme Fruh, Archer e Wojtowicz (2022), é o efeito de normalização, citado como potencialmente mais preocupante, já que o objetivo não é tirar a atenção ou avaliar a violação, mas sim que as pessoas não vejam a violação como uma violação.

Em relação a normalização os autores identificam dois caminhos: o primeiro, relacionado a poderosa gama de emoções positivas e compromissos formadores de identidade, que estão associados aos clubes ou eventos. Quando os agentes estão alinhados com os donos do clube que ama ou anfitrião do evento que possui grande apreço, o *sportwashing* pode representar um efeito de halo em grande escala. O outro efeito citado na relação de normalização, relaciona-se ao efeito de criar um certo tipo de comunidade que está conectado aos esportes. Esse feito se dá de uma forma mais ampla, não apenas visando indivíduos, tendo em vista que o esporte faz com que pessoas se envolvam com outras que torcem para a mesma equipe, formando uma comunidade, que expressam lealdades e reforçam emoções compartilhadas, isso fortalece o efeito do *sportwashing*. Caracterizado como um tribalismo induzido, que defende os seus contra críticas externas.

Nós todos já ouvimos falar de "*greenwash*", empresas poluidoras que fazem barulho com iniciativas verdes enquanto continuam a poluir massivamente. "*Sportwashing*" é um processo parecido, em que um país sedia grandes eventos esportivos para criar propaganda positiva sobre seus governos e tirar a atenção do seu histórico negativo com relação aos direitos humanos. (Jakens *apud* Lois, 2022, p.1).

2.3.2 Exemplos de Sportwashing

Como citado na descrição de sentido do termo *sportwashing*, as primeiras ações usando esse termo data do ano de 2015, porém a prática de utilizar o esporte para “lavar” a imagem de um país é uma prática corriqueira, algumas mais antigas e outras recentes que merecem destaque.

De forma ostensiva e de grande impacto global, os Jogos Olímpicos de Berlim de 1936, foi uma impactante resposta do governo de Adolf Hitler para a comunidade internacional, como descreve Boykoff (2023). O Nobel da Paz, que no ano anterior havia dado ao jornalista e crítico feroz do governo nazista Carl von Ossietzky, que estava preso desde o incêndio ao *Reichstag* - o Parlamento alemão -, gerou um sentimento desmoralizador para o governo alemão, manchando a imagem que queria passar ao mundo. Portanto, os jogos realizados em Berlim visavam modificar como o fuhrer e seus acólitos eram vistos.

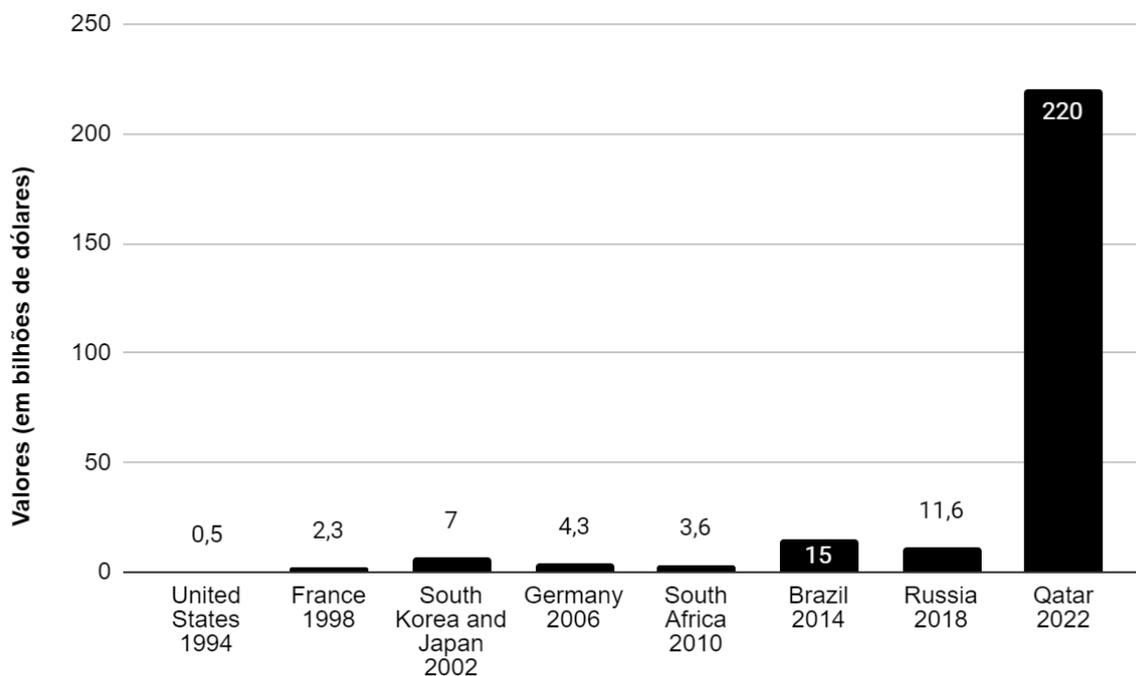
Outro evento de grande impacto foi a Copa do Mundo de 1978, na Argentina, que dois anos antes havia passado por um golpe militar, portanto, período no qual uma campanha de atrocidade orquestrada pelo governo estava no auge (Ellis, 2020).

A Federação Internacional do Automobilismo (FIA), organizadora da Fórmula 1 (F1) é repleta de escândalos conectados a sportwashing, desde corridas na África do Sul, em meio ao regime do *Apartheid*, as recentes corridas em países com diversas questões relacionadas a abusos direitos humanos, como por exemplo, Bahrein, Arábia Saudita e Qatar, para citar alguns.

Finalizando essa breve retrospectiva, retornando ao futebol, destacam-se as recentes Copas do Mundo da Rússia, em 2018, em meio a acusações de trabalhos forçados na construção dos estádios, o histórico negativo em relação a direitos das comunidades LGBTQIA+ e o ataque à Crimeia em 2014, e do Catar, em 2022, país marcado por oprimir o direito das mulheres e da comunidade LGBTQIA+, além dos relatos de trabalhadores migrantes, a maioria de origem nepalesa, que morreram na construção dos estádios para o evento.

Em relação ao Qatar, há de se destacar o investimento, em comparação aos eventos anteriores, a fim de alcançar o objetivo de exportar a imagem do país.

GRÁFICO 01 - Investimento para sediar a Copa do Mundo



Fonte: Statista (2023).

As duas últimas sedes escolhidas juntas em um evento da FIFA, que em investigações posteriores, revelaram diversos escândalos de corrupção e compra de votos relacionados às escolhas. Cada uma aproveitando-se de suas forças, política e financeira - como visto acima (GRÁFICO 01) - respectivamente.

3 ANÁLISE DA LIGA INGLESA

Nesta seção, analisaremos a *PL*, inicialmente sob uma perspectiva histórica, na qual elencamos as características da formação da liga, para em seguida, a partir dos itens identitários da NEI, fazer a correlação e conexão com o que é a atual primeira divisão inglesa.

3.1 PREMIER LEAGUE

A construção do atual modelo da *PL* se dá a partir de um conjunto de eventos sociais, políticos e econômicos. Exploraremos neste tópico a reestruturação da primeira divisão inglesa, que se inicia com eventos violentos que foram utilizados pelas autoridades para a implementação de políticas que restringiam ações dos torcedores; políticas estas que, em associação à abertura do mercado, facilitaram aos clubes ter proprietários, minando a estrutura associativa na qual as decisões eram tomadas pelos próprios torcedores.

A consolidação desse modelo facilitou a aproximação dos clubes, a partir de seus donos, daí a criação de um modelo de liga em que os clubes, em maioria, regram e gerem a instituição de futebol do país. Nesse modelo, uma parcela dos sócios é renovada (três na *PL*) a partir do modelo de ligas abertas, que faz com que os últimos colocados cedam lugar aos primeiros colocados da divisão de acesso.

3.2.1 A Violência, O Relatório Taylor E O Governo Thatcher

Foram a partir de dois eventos de violência em estádios, envolvendo torcidas inglesas que motivaram a criação de políticas mais restritivas. Os eventos em questão são denominados como: *Heysel* e *Hillsborough*. O primeiro ocorreu fora dos solos ingleses, durante a final da Copa dos Campeões da UEFA de 1985, em Bruxelas, na Bélgica. A disputa envolvia o clube inglês *Liverpool* e a *Juventus*, da Itália, que tiveram seus torcedores tomando a cidade. A rivalidade acirrada aliada ao insuficiente policiamento fornecido culminaram com brigas e mortes dentro do estádio, mais precisamente 600 feridos e 39 mortos, a maioria italianos que ficaram espremidos entre as grades. Como punição, durante cinco temporadas as equipes

inglesas foram impedidas de disputar as competições organizadas pela Confederação Europeia (UEFA).

O outro evento, *Hillsborough*, foi ainda mais impactante, aconteceu quatro anos depois, em 1989, novamente envolveu a equipe do *Liverpool*, desta vez em Sheffield, na Inglaterra. Ao contrário do que aconteceu na Bélgica, os principais prejudicados neste evento foram os torcedores do time de Liverpool, que foram espremidos contra as grades e pisoteados. Foram 766 feridos e 97 mortos.

Como no evento de Bruxelas, a culpa na época recaiu sobre os *Hooligans* - denominação dada a torcedores ingleses violentos -, sobretudo, após a publicação do relatório do governo, que culpabilizava os adeptos do *Liverpool* e as alegações de abusos de álcool e violência (afirmação rechaçada pela torcida durante anos). Em 2009, porém, um outro relatório desenvolvido por um painel independente refutou essas conclusões, mostrando que o primeiro relatório foi adulterado pelo governo Conservador, comandado na época por Margareth Thatcher, para desviar a culpa aos torcedores *Reds*. Por fim, em 2015, o comissário de polícia encarregado da segurança no estádio na época, David Duckenfield, admitiu que a sua decisão de abrir os portões durante o jogo foi a causa direta das 96 mortes.

Resultante desses eventos deu-se a criação do Relatório Taylor, uma ação do governo a fim de combater a violência e preservar o futebol. Coube a Peter Murray Taylor, nomeado pela Rainha como o Senhor da Justiça do Tribunal de Apelação da Inglaterra e do País de Gales, em 1988, desenvolver um relatório que “salvaria” o futebol.

Como citado anteriormente, os relatórios desenvolvidos sobre o futebol na época eram carregados de vícios, sobretudo pela proximidade do relator com o governo Conservador do período. A Primeira Ministra Margaret Thatcher era uma ferrenha lutadora contra o futebol, graças a suas inclinações neoliberais e seu interesse em abertura comercial, via nos sindicatos como inimigo e estes tinham uma relação muito próxima aos clubes de futebol. Neste sentido, o Relatório Taylor tinha um duplo sentido, sobretudo através de ações sociais que impediam ou dificultavam o acesso aos estádios, com o aumento do valor dos ingressos, o impedimento de setores em que os populares pudessem ficar de pé, com todos os locais com assentos, que reduzia o espaço, diminuindo o público, além da ampliação do policiamento. Essas ações são a base do processo de criação do do atual e denominado “futebol moderno” e a *PL*.

3.2.2 A Criação Da Premier League

No início da década de 90, o retorno dos clubes ingleses às competições europeias e as mudanças estruturais oriundas do Relatório Taylor, que acompanharam o aumento das médias de público, com isso a arrecadação, as principais equipes do país consideraram deixar a *Football League (FL)* - competição da divisão principal disputada na Inglaterra no período -, com o objetivo de capitalizar os crescentes fluxos de dinheiro que estava sendo investido no futebol. No fim da temporada 1990/91 foi enviada a proposta para a criação da *FA Premier League*, com a promessa que traria mais dinheiro aos clubes. No final da temporada que foi proposta, em julho de 1991, foi assinada pelos clubes fundadores.

A recém-formada liga teria independência comercial da *Football Association (FA)* – entidade que controla o futebol na Inglaterra – e da *FL*, assim a *PL* teria licença para negociar os valores das suas próprias transmissões e patrocínios, sob o pretexto de que a renda extra permitiria que os ingleses conseguissem competir com as demais equipes da Europa.

A *PL* foi formada como empresa limitada - em que a responsabilidade dos sócios se limita ao valor da cota integralizada no capital social. Nesse sentido, a *PL* é operada como uma corporação, ou instituição, e pertence aos vinte clubes participantes, em que cada clube é um acionista com direito a voto em questões como mudanças de regras e contratos. Os clubes elegem um presidente, um diretor executivo e um conselho de administração para a supervisão das operações diárias da liga.

Em 1992, a liga iniciou definitivamente, com os clubes da primeira divisão renunciando à *FL*, em 27 de maio, um rompimento de 104 anos. A *PL* passou a operar como uma liga única, enquanto a *FL* seguiu comandando as demais três divisões.

Um passo importantíssimo para a consolidação da liga foi o fato do conjunto de clubes conseguir negociar separadamente os direitos de transmissão dos jogos - desconectados das demais divisões -, com o compromisso assumido pela emissora britânica, *Sky Sports*, de investimentos pesados no futebol, além de um amplo espaço na grade do canal. Nessas condições foi fechado o primeiro contrato da *PL*, um compromisso de cinco anos, com investimento de £304 milhões.

3.2.3 Meios De Comunicação

Os impactos midiáticos que envolvem os grandes ganhos e consequentes investimentos no entorno da primeira divisão inglesa, relacionam-se diretamente com a inserção de aparelhos de mídia digital na casa das pessoas. Essa popularização, sobretudo de televisores, impacta de formas distintas a *PL* e seus associados: através de ganhos indiretos, com a difusão da marca da liga e os integrantes, e ganhos diretos, com as crescentes vendas de direitos de transmissão pelo mundo.

Na sociedade capitalista do pós-Segunda Guerra Mundial, atrelado a consolidação do calendário da Copa do Mundo como um evento que aconteceria de quatro em quatro anos, assim como as competições continentais de futebol – como a Copa América, Eurocopa e Copa das Nações Africana –, o interesse econômico pelo futebol começou a crescer, conectado com o período de consolidação dos televisores e transmissões esportivas (Karak, 2017). Na década de 1960, os televisores começaram sua popularização e as transmissões de rádio passaram a ter alcance global, fazendo com que o futebol atingisse cada vez mais pessoas.

Em 1966, a Copa do Mundo da Inglaterra alcançou um novo patamar, com transmissão de imagem e som para televisores ao redor do globo. Anos depois, na Espanha, em 1982, os direitos de transmissão começaram a gerar grandes receitas, com a Copa do Mundo rendendo US\$ 40 milhões.

Portanto, segundo Karak (2017), o período do pós-guerra consolidou-se como o momento de lançamento das bases para o uso do futebol como vemos atualmente, uma via de “investimento” e a criação da “indústria” massiva que temos hoje. Crucialmente importante para o aumento da extração de lucro do “negócio do futebol” foi a lealdade de milhões de torcedores de futebol em todo o mundo, que podiam pagar preços altos por ingressos e caixas de satélite. Assim, a função de acumulação e a função de legitimação viriam a se reforçar mutuamente nos anos subsequentes.

Ampliando a análise sobre o impacto dos meios de comunicação, Collins (2013) apresenta o argumento que correlaciona a ampliação do investimento no futebol com o processo de desregulamentação do mercado europeu de televisão. No final dos anos 1970, a crescente evolução tecnológica dos televisores a cabo e via

satélite, romperam com a hegemonia dos canais estatais, rompendo a bolha que limitava os investimentos em direitos de transmissão. No exemplo da liga inglesa, em dez anos o crescimento ficou aproximadamente 60 vezes maior, saltando de £5,2 milhões, da *BBC* e *ITV*, em 1983, para £305 milhões, da *BSkyB*, em 1992, já como a recém formada *PL*.

As was the case in most of western Europe, the dominance of a state-controlled broadcasting service such as the BBC undermined any bargaining power that sports' organisations had with television companies...[such] state control held back the financial potential for sport on the continent. (Collins, 2013, p. 116).

3.2.4 A Liga E O Donos Milionários

Com o aumento do interesse pelo futebol, no país de origem do jogo, os clubes perceberam que poderiam cobrar dos espectadores para assistir, isso transformou o esporte, já que com a possibilidade de gerar receitas crescia a possibilidade de atrair melhores jogadores pagando maiores salários, o que forçou a *FA* a se render ao profissionalismo.

Porém a federação manteve sob controle a possibilidade de lucrar com o futebol, como demonstra Conn (2005), a entidade, através de regras rígidas impedia que os acionistas dos clubes recebessem dividendos de um valor maior de 5% de suas ações, além de que os diretores não poderiam receber remuneração. Somando-se que o valor remanescente da quitação das dívidas, no caso de um clube sendo liquidado, deveria ser distribuído a algum outro clube ou instituição da cidade

A *FA*, com essas ações promoveu a limitação de lucros e manteve distantes especuladores interessados com a emergente indústria do lazer, além disso, estabeleceu regras para garantir uma distribuição equitativa de receita entre os clubes de futebol, garantindo uma concorrência justa entre os clubes. Essa é uma tradição seguida até hoje na *PL*.

Na década de 1970, como descreve Karak (2017), as taxas de lucro no Reino Unido caíram de 16,1%, na década anterior, para 8,5%, não coincidentemente, os efeitos chegaram o futebol, com o detentores de grandes parcelas dos clubes tentando desfazer a estrutura igualitária. Exemplo disso foi Martin Edwards, filho de Louis Edwards - que comprou a maior parcela do *Manchester United*, na década

anterior. Martin encontrou uma maneira de ganhar muito dinheiro com dividendos, fez isso aumentando sua participação no clube por meio da emissão de direitos, que fez com que a família Edwards aumentasse sua participação no *United* para 74%.

A FA cedeu à ameaça e relaxou sua proibição histórica contra o pagamento de diretores; eles agora podiam receber um salário, desde que trabalhassem em tempo integral em seus clubes. Simultaneamente, o limite de dividendos foi aumentado de 5% para 15% do valor das ações, uma medida que empresários ligados a liga, argumentaram que “encorajaria o investimento no jogo profissional”

Em 1983, o compartilhamento das receitas de bilheteria foi descartado, movimento que favorecia os grandes clubes com grandes estádios. No mesmo ano, Irving Scholar, um corretor de imóveis, decidiu lançar o *Tottenham Hotspurs*, um clube que ele havia comprado alguns anos atrás, no mercado de ações.

Nos anos que se seguiram, as receitas aumentaram e os clubes passaram a atrair o interesse de empresários estrangeiros. Os clubes passaram a vender suas ações no mercado financeiro e aqueles que possuíam ações adquiridas anteriormente, viram elas se inflarem em valor, o que os incentivaram a vendê-las. Se aproveitando de clubes recheados de dívidas, empresários que enriqueceram de forma questionável passaram a investir no futebol inglês e com grandes investimentos trouxeram cada vez mais visibilidade a competição, elevando os patrocínios e atraindo cada vez mais novos e maiores fontes de receita.

3.2 A ATUAL PREMIER LEAGUE

Mais de 30 anos após a criação da *PL*, ela se destaca em comparação às principais ligas do mundo, em estrutura, visibilidade, receitas e investimento, colocando-a como a maior liga do mundo.

3.2.1 Ambiente Institucional

A *PL* criou um ecossistema próprio, que toma decisões isoladas em relação a outras instituições esportivas e políticas inglesas. Essa autonomia para tomada de decisões, assumidas de forma e peso igualitário pelos clubes que compõem a competição, para além de impactos esportivos – em relação às regras do jogo, como tomados durante a pandemia –, impactam a forma como a liga é vista pelos agentes,

em termos de confiança e reputação, temas centrais na composição das instituições numa economia.

Em relação a reputação da *PL*, como vimos no tópico relacionado anteriormente, é um fator relevante e que impacta em ganhos financeiros, a partir do momento que investidores reconhecem uma base confiável para empatar grandes volumes de dinheiro. Nesse sentido, fica claro a boa reputação da liga, tendo em vista sua capacidade de atrair parceiros comerciais, venda de direitos de transmissão e investimentos nos clubes que a compõem.

Em relação aos parceiros da liga, contam com algumas das maiores marcas, nos seus respectivos segmentos de negócios, ligados à marca da *PL*. Com contratos vigentes até esse momento, são:

QUADRO 01 - Empresas parceiras da Premier League.

Empresa	Início do contrato	Designação oficial
Nike	2000	Bola oficial
Barclays	2001	Banco oficial
EA Sports	2016	Parceiro principal
Budweiser	2019	Cerveja oficial
Avery Dennison	2019	Licenciado Oficial (Numeração)
Hublot	2020	Cronometrista oficial
Panini	2020	Licenciado Oficial (Figurinhas)
Oracle	2021	Provedor oficial de nuvem
Castrol	2022	Parceiro oficial de óleo de motor
Sorare	2022	Licenciado Oficial (NFTs)

Fonte: Adaptado pelo autor de Premier League (2023).

No quesito de venda de direitos de transmissão, a *PL* se destaca com contratos bilionários, os maiores dentre as principais ligas do mundo, tanto em relação aos números praticados internamente no país, quanto com suas transmissões internacionais que chegam a 188 países e 800 milhões de casas, conforme dados da própria instituição. Essas cifras bilionárias estão apresentadas na tabela a seguir:

TABELA 01 – Valores dos contratos de Televisão nacionais e internacionais da Premier League.

Período	Valor dos acordos nacionais	Valor dos acordos internacionais	Valor total
2007-2010	US\$ 1,67 bilhão	US\$ 1,49 bilhão	US\$ 3,16 bilhões
2010-2013	US\$ 2,52 bilhões	US\$ 2,22 bilhões	US\$ 4,74 bilhões
2013-2016	US\$ 4,02 bilhões	US\$ 3,54 bilhões	US\$ 7,56 bilhões
2016-2019	US\$ 6,62 bilhões	US\$ 5,1 bilhões	US\$ 11,72 bilhões
2019-2022	US\$ 6,02 bilhões	US\$ 5,25 bilhões	US\$ 11,27 bilhões
2022-2025	US\$ 6,3 bilhões	US\$ 6,55 bilhões	US\$ 12,85 bilhões

Fonte: Sport Insider (2022).

Esses valores, porém, tendem a aumentar com o novo acordo que entra em vigência na temporada 2025/26, que se estende até 2028/29, em que a *Sky Sports* e *TNT Sports*, irão pagar US\$ 8,5 bilhões de dólares, para as transmissões internas, conforme comunicou a própria *PL*. Valor recorde em relação a venda de direitos de transmissão.

Todos esses números e impacto midiático que a liga tem pelo mundo reforçam a boa reputação e confiabilidade da competição, mas em maior grau, impactam o direito à propriedade. Como vimos anteriormente, Fiani (2002) define que é possível constatar que o proprietário do ativo se apropria tanto do fluxo de rendas presentes como do fluxo futuro, por meio da valorização ou desvalorização do seu ativo. Portanto, os valores crescentes associados a *PL* valorizam a propriedade da liga e de todos os clubes associados a ela, além dos ativos associados às equipes.

Como analisamos anteriormente, a definição de direitos de propriedade pode ser afetada pela presença dos custos de transação, neste sentido, o contexto institucional passa a ganhar grande relevância como um definidor desses direitos. Como definiu Coase (1960), com os custos de transação menores, a alocação dos direitos de propriedade serão sempre eficientes, pois esses direitos são adquiridos por quem os mais valorizam.

Posto isso, as características da *PL*, como reputação e confiabilidade, além da formatação da instituição, em que as decisões são tomadas em conjunto pelos constituintes da liga, reduz a assimetria de informação e ações oportunistas, de

modo que a segurança dos agentes em transacionar aumente, fazendo, por conseguinte, com que os custos de transação sejam menores. Em se tratando de uma liga aberta, o acesso a ela se dá de acordo com as capacidades técnicas na disputa da divisão anterior, porém, a manutenção se torna mais difícil dada a competitividade e capacidade financeira de equipes consolidadas.

3.2.2 Visibilidade

Como vimos anteriormente, a *PL* comunica-se com 188 países, através da transmissão dos jogos, mas sua capacidade de influenciar, deve-se muito aos times e atletas que a compõem.

Porém, essa capacidade multifacetada da liga de aglomerar talentos, de diversas nações, de forma a ampliar sua capacidade globalizante, só se tornou viável a partir da Lei Bosman. As novas receitas oriundas dos direitos de transmissão, inicialmente se revertiam em investimento no mercado interno, fazendo com que as negociações extracomunitárias passassem a ser mais frequentes e impactantes a partir de 1996, data da promulgação da Lei Bosman. Isto trouxe mais autonomia aos jogadores em relação aos clubes, derrubando as fronteiras internas da União Europeia (UE), permitindo assim uma difusão cultural de atletas e técnicos, modificando características do jogo e elevando o interesse do público.

Em relação aos extracomunitários – de fora da UE – e menores de idade, que eram obrigados a cumprir uma série de requisitos impostos pela *FA*, passaram a ter um acesso facilitado, a partir de flexibilizações, de forma a acumular o máximo de talento na competição.

Essas questões jurídicas, atreladas ao constante crescimento dos direitos de transmissão e ampliação das capacidades financeiras das equipes, possibilitaram os clubes a investirem em talentos de fora do eixo tradicional europeu, contratando atletas de destaque dos continentes americano, africano e asiático.

Essa abertura mercadológica para a obtenção de talentos, como apresentado por Rosen (1981), proporciona o aumento da oferta de talento no mercado, reduzem o valor de equilíbrio e melhoram a situação daqueles que buscam os maiores talentos. Essa ação elevou o interesse dessas populações em acompanhar seus atletas favoritos, difundindo a marca dos clubes e da liga pelo mundo.

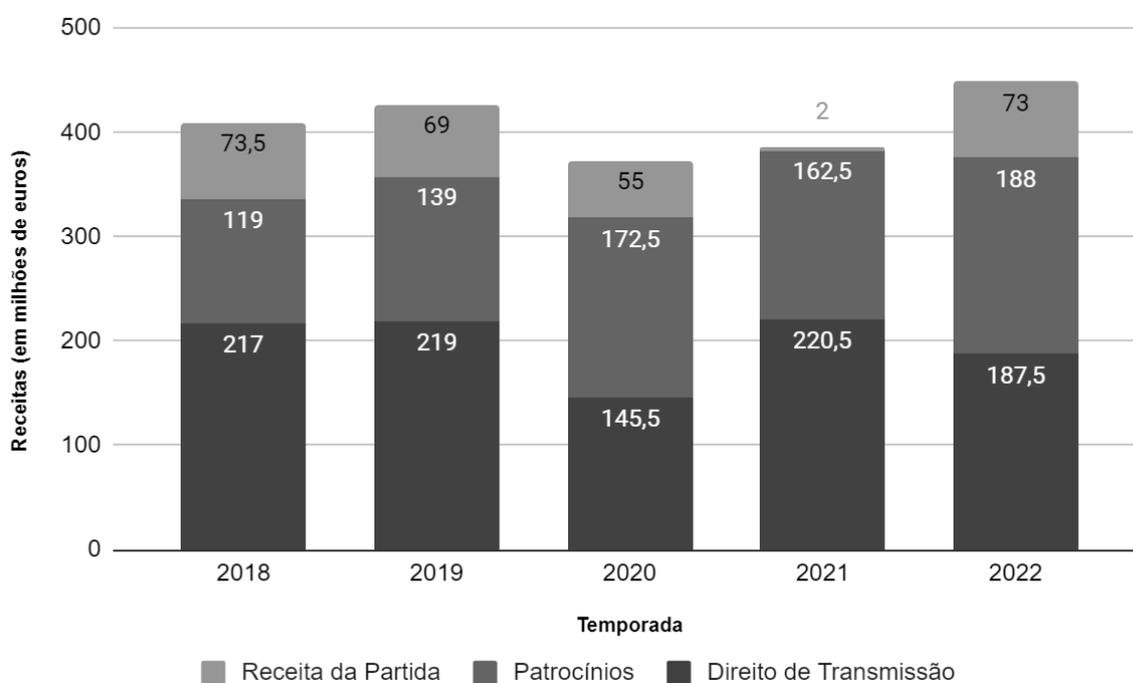
Como vimos, a característica identitária e de influenciar as pessoas é o que destaca os grandes astros, sendo eles detentores de um importante controle sobre a representação das pessoas na sociedade (Simpson, 1994).

3.2.3 Receitas

Parte importante do que tornou a *PL* no produto mais influente no mundo do futebol, está na capacidade da liga e dos clubes de gerar receitas. Podemos dividir esse ganhos em três dimensões: ganhos com direitos de televisão – que vimos valoradas nas seções anteriores –; patrocínios, caracterizados pelas marcas que compram espaços de publicidade e aproveitam-se da influência global dos clubes e da liga; e em menor grau as receitas oriundas dos jogos.

A forma de como as receitas dos clubes se dividem fica evidente na imagem abaixo, que apresenta a divisão ganhos dos clubes, em relação aos itens apresentados:

GRÁFICO 02 – Divisão média das receitas dos 10 principais clubes ingleses, em 2023.

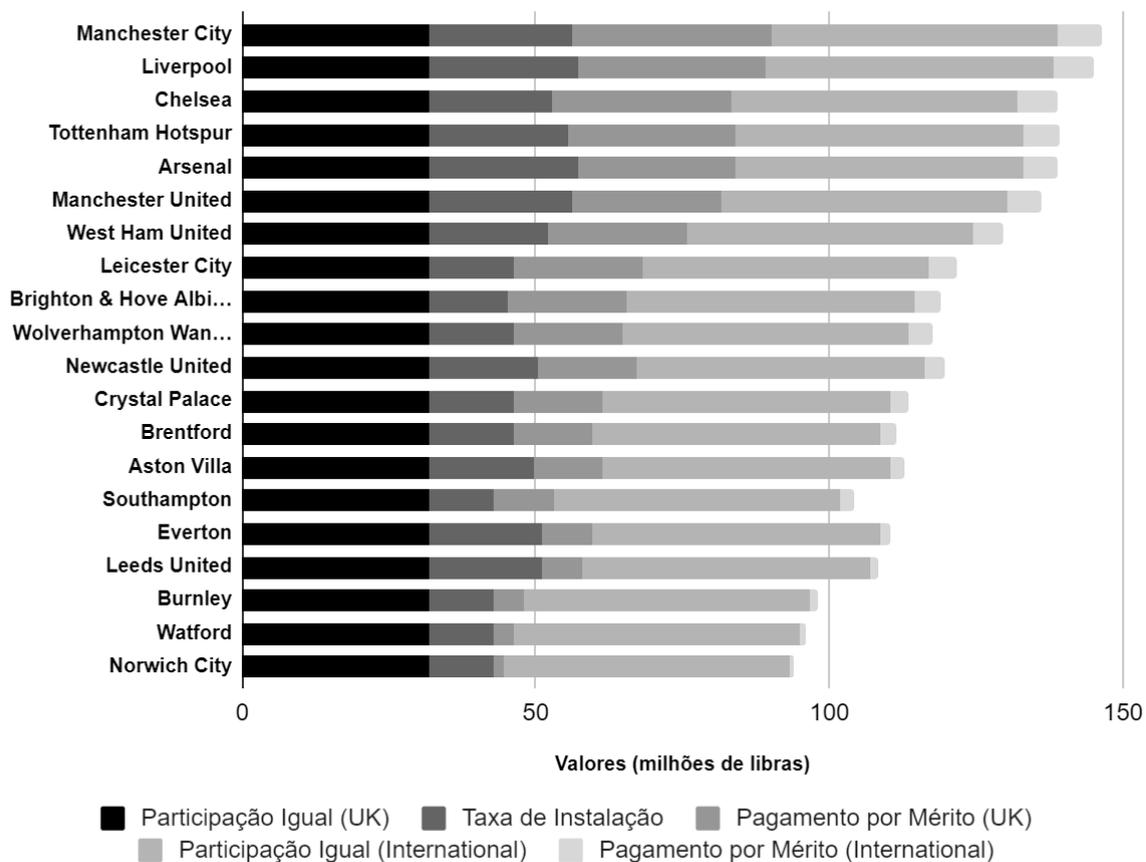


Fonte: Adaptado pelo autor de Deloitte Football Money League (2023).

Nesse gráfico é possível observar os ganhos médios dos principais clubes ingleses, em se tratando de receitas, em que é possível observar o quanto, os ganhos com patrocínios e direito de transmissão são relevantes para a manutenção dos clubes da *PL*, muito distante do que era a origem da profissionalização do jogo, em que as receitas da partida influenciam muito no andamento do clube.

É interessante observar a consistência dos ganhos de direitos de transmissão – a queda em 2020 se dá devido a presença do *Leeds* na segunda divisão, com direitos menores, incompatíveis a *PL*, e o *West Ham* com campanhas negativas –, essa paridade se dá devido a forma de distribuição promovida pela liga. Com uma forma de distribuição equitativa, a *PL*, repassa aos clubes 50% dos direitos de transmissão igualmente entre os 20 integrantes da instituição, o restante é repassado de forma proporcional, sendo 25% divididos de acordo com a posição dos clubes na tabela ao final do campeonato, já o restante dos 25% é entregue de acordo com a audiência dos clubes, quantos jogos são transmitidos pela televisão.

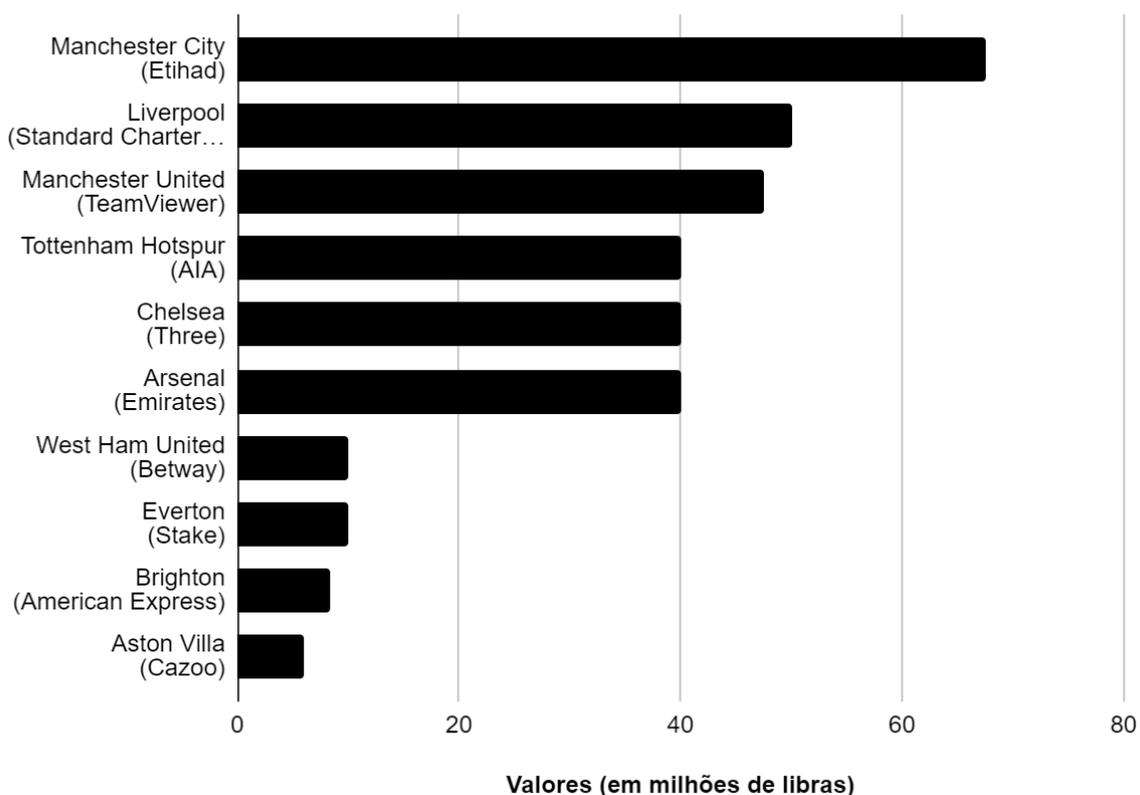
GRÁFICO 03 - Divisão das receitas da televisão entre os clubes, em 2021/22.



Fonte: Statista (2023).

Aliado a essa fonte impactante de receita de direitos de televisão, existem os ganhos em patrocínios de camisetas, em que a um certo destaque entre o *Big Six* - grupo dos seis principais clubes ingleses. No gráfico a seguir fica visível essa discrepância:

GRÁFICO 04 - Lista dos 10 principais patrocínios da Premier League.



Fontes: Statista (2023).

Graças a essa distribuição equitativa dos direitos de transmissão (GRÁFICO 03), em destaque, e os patrocínios (GRÁFICO 04), os clubes da *PL* posicionam-se de forma destacada entre as maiores receitas, são 11 entre os 20 mais ricos do futebol. Como pode ser visto na tabela:

TABELA 02 - Os 20 clubes com maiores receitas no futebol (2023).

Clube	País	Receita
Manchester City	Inglaterra	€ 731 milhões
Real Madrid	Espanha	€ 713,8 milhões
Liverpool	Inglaterra	€ 701,7 milhões
Manchester United	Inglaterra	€ 688,6 milhões
PSG	França	€ 654,2 milhões
Bayern de Munique	Alemanha	€ 653,6 milhões
Barcelona	Espanha	€ 638,2 milhões

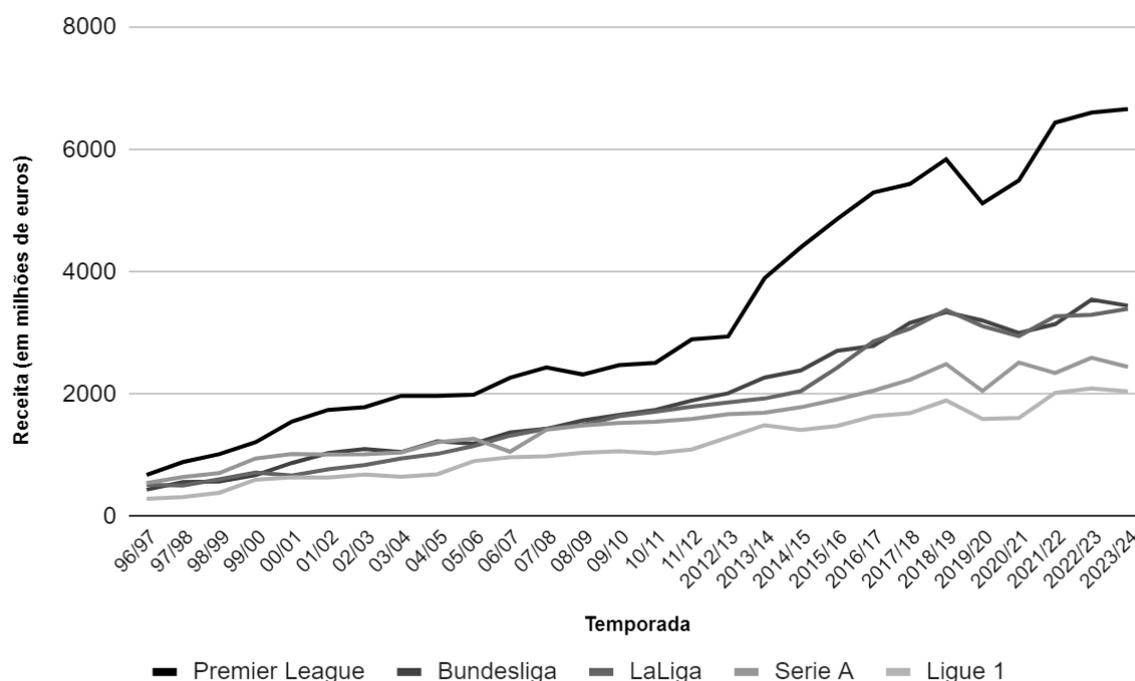
Chelsea	Inglaterra	€ 568,3 milhões
Tottenham	Inglaterra	€ 523 milhões
Arsenal	Inglaterra	€ 433,5 milhões
Juventus	Itália	€ 400,6 milhões
Atlético de Madrid	Espanha	€ 393,9 milhões
Borussia Dortmund	Alemanha	€ 356,9 milhões
Inter de Milão	Itália	€ 308,4 milhões
West Ham	Inglaterra	€ 301,2 milhões
Milan	Itália	€ 264,9 milhões
Leicester City	Inglaterra	€ 252,2 milhões
Leeds	Inglaterra	€ 223,4 milhões
Everton	Inglaterra	€ 213,7 milhões
Newcastle	Inglaterra	€ 212,3 milhões

Fonte: Adaptado pelo autor de Deloitte Football Money League (2023).

Esse destaque dos clubes ingleses na lista dos clubes que mais recebem já foi muito mais destacada, devido um período de baixa de alguns clubes relevantes presente na tabela acima. Essa discrepância entre os clubes veremos com mais detalhes posteriormente quando analisarmos os investimentos. Porém, essa participação de 55% na lista dos 20 mais ricos destaca a *PL*, quando comparado às principais ligas da Europa.

A comparação entre as ligas europeias pode ser vista no gráfico abaixo:

GRÁFICO 05 - Evolução da Receita das Principais Ligas da Europa.



Fonte: Statista (2023).

No gráfico, podemos analisar a discrepância da *PL* em relação às demais competições de destaque na Europa, analisando numericamente, a liga inglesa na temporada de 2021/22, a diferença de arrecadação para a liga espanhola, a segunda de maior arrecadação, foi de aproximadamente 1,80 vezes maior. Já se compararmos a *PL* com a soma da receita das demais ligas, a liga inglesa representa 59% das receitas somadas de *La Liga*, *Bundesliga*, *Série A* e *Ligue 1*.

3.2.4 Investimentos

Neste ponto está claro a influência dos direitos de televisão e outros patrocínios nas receitas dos clubes da *PL*, porém, a manutenção dessas receitas depende de reinvesti-las para que os clubes permaneçam competitivos. A decisão de porquê investir está atrelado ao objetivo dos clubes, a *PL*, destaca-se pela característica dos clubes e seus donos de maximizar as vitórias.

Como vimos anteriormente, o modelo de maximização destaca-se pelo interesse dos agentes em acumular o máximo de vitórias em detrimento ao lucro dos

ingressos. Pelas capacidade financeiras dos clubes da liga inglesa e sobretudo os interesses dos donos, como abordaremos a seguir, é tomada a decisão pela escolha da qualidade, de forma qualificar o time ao ponto de, esportivamente, superar o adversário, que por sua vez, busca qualificar a equipe a da mesma forma.

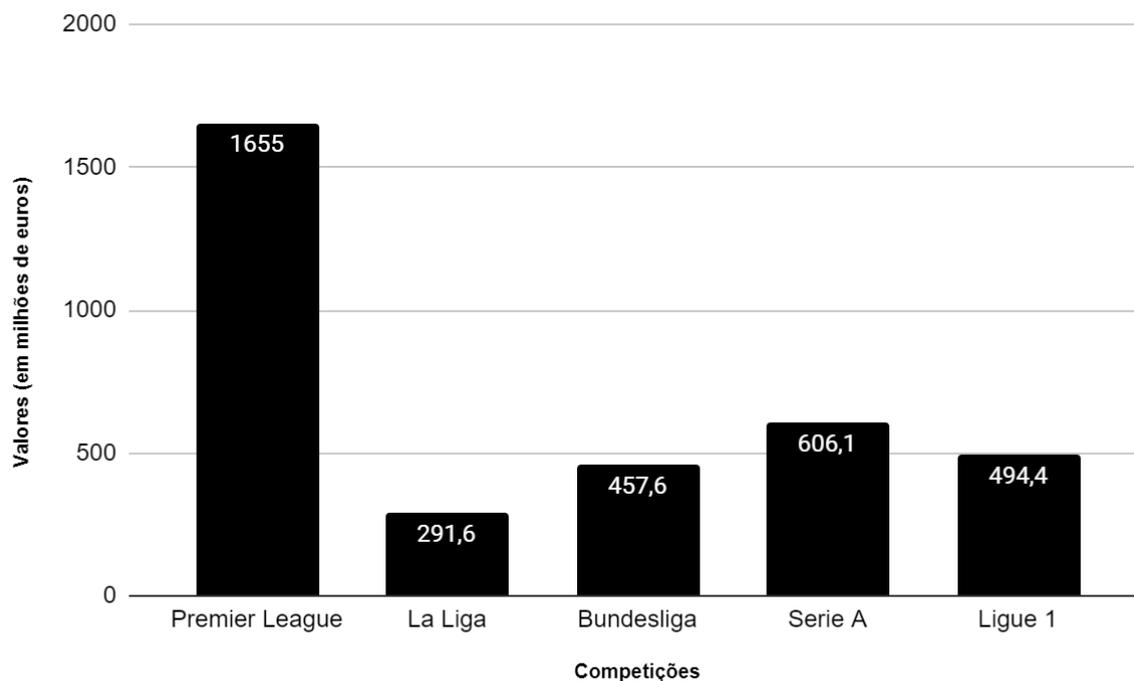
As formas de ampliar a qualidade da equipe podem ser dadas de duas formas, investindo na formação de jovens atletas ou na obtenção de atletas consolidados ou que se destacam em outras equipes. Nesse ponto, voltamos ao debate sobre direitos de propriedade, atrelados aos custos de transação, em que, North (2006), destaca o empresário, que está incumbido de fazer escolhas que afetam os custos totais – produção e transação – e determinam os preços relativos. Ponto reforçado por Williamson (1989), no que tange à especificidade dos ativos e da decisão do empresário de produzir internamente ou recorrer ao mercado.

Os empresários da liga procurando retornos de escala optam pela aquisição de atletas consolidados ou em ascensão, de forma a obter retornos rápidos, uma vez que a formação de jovens tende a ser um investimento de longo prazo. Como pudemos observar em relação a *PL*, na seção anterior - GRÁFICO 01 e GRÁFICO 02 -, a capacidade de investir atrelada à busca por sucesso esportivo, aumenta o número de competidores pelos talentos disponíveis no mercado, que é afetada de talento ofertado pelos atletas, como apresenta Rosen (1991), que um aumento numérico de consumidores desses talentos eleva a procura, que eleva o preço equivalente do mercado. Por sua vez, entram no mercado mais ofertantes de talento, dessa vez menos talentosos. Embora a qualidade média caia, a receita dos primeiros ofertantes, mais talentosos, aumenta atrelado ao aumento médio, portanto, a distribuição das recompensas torna-se mais distorcida.

Portanto, a busca frequente dos integrantes da liga, maximizadores de vitórias, por mais talentos, dada suas capacidades financeiras, elevam a distorção, pagando cada vez recompensas maiores.

A mais recente janela de transferência de atletas demonstra o impacto da *PL*, interessada em investir na qualidade da equipe e maximizar as vitórias:

GRÁFICO 06 - Investimentos com compra de atletas, julho de 2023.



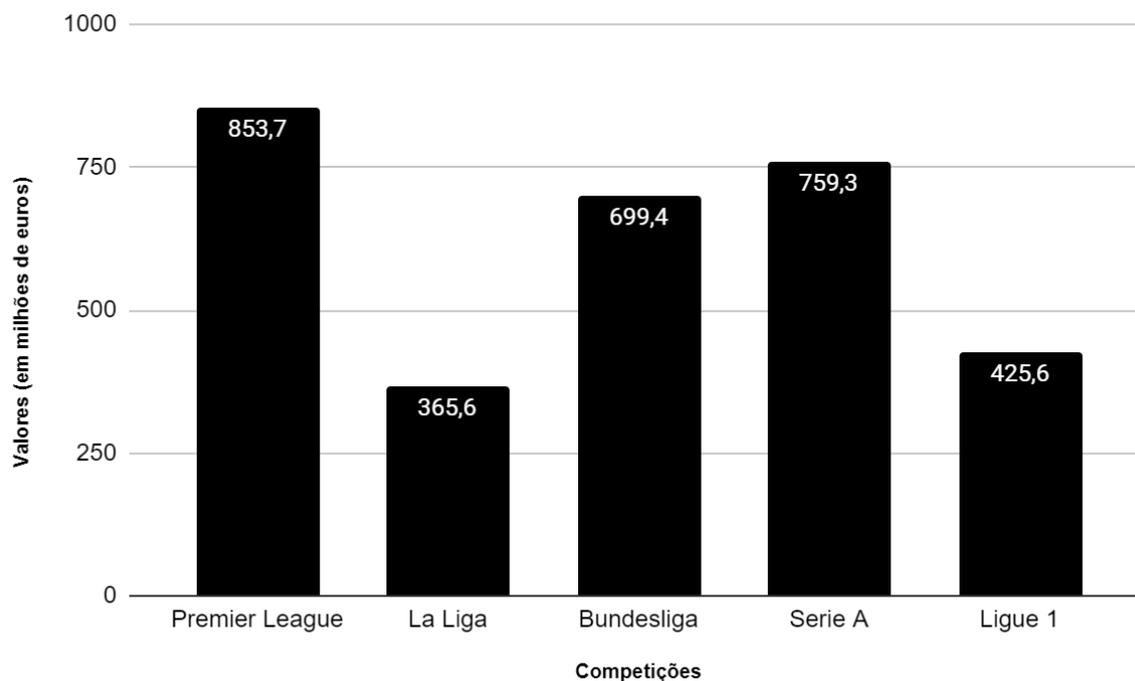
Fonte: Adaptado pelo autor de Transfermarkt (2023).

Nesse gráfico é possível observar o esforço dos clubes da *PL* em qualificar seus elencos. Comparando os valores, os gastos na aquisição de atletas de aproximadamente 2,73 vezes maior que a segunda liga com mais investimentos, a *Série A*, da Itália, e fazendo a comparação em relação ao total de aquisição da janela de transferências, a *PL*, isoladamente, corresponde a 47% de todo o investido, em julho de 2023.

Essas cifras se explicam pela riqueza da liga, mas também estão atreladas a percepção do mercado sobre a *PL*, que observa as altas receitas e o objetivo maximizador, com uma possibilidade de valorizar seus ativos no mercado, permitindo maiores cobranças.

No outro ponto, a liga inglesa também é a que mais arrecada, mas sem todo esse destaque, como visto no gráfico:

GRÁFICO 07 – Valores com vendas de atletas, julho de 2023.



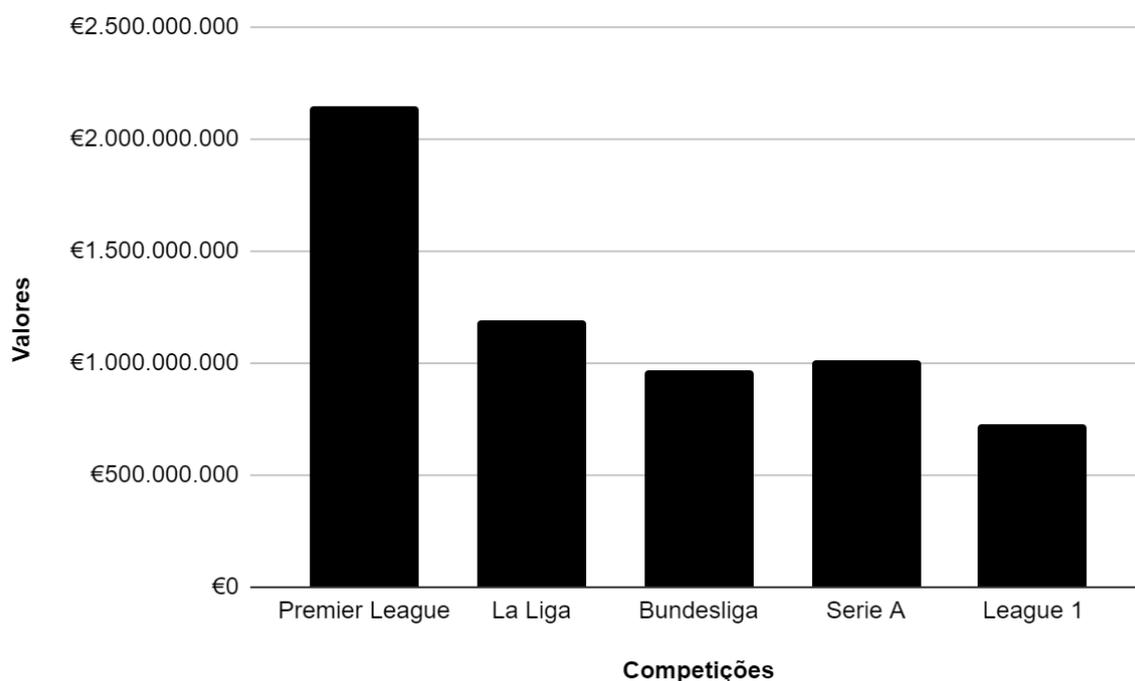
Fonte: Adaptado pelo autor de Transfermarkt (2023).

A *PL* também é a que mais arrecada com vendas, mas de uma forma mais discreta, vendendo apenas 1,12 vezes a mais que a *Serie A*, da Itália, a segunda que mais recebeu com a venda de seus ativos. A *PL*, portanto, representa uma fatia de aproximadamente 28% em relação ao total de vendas da janela.

Essa capacidade de compra está claramente identificada e relacionada às diversas fontes de receitas dos clubes, por outro lado, o fato de encabeçar a lista de maiores vendas está caracterizada pela valorização dos ativos, que ocorre através da esfera produtiva, como vimos em relação da teoria dos grandes astros, em que a competitividade por adquirir talentos eleva os salários e conseqüentemente os valores, por isso o impacto na vendas tendem a ter algum destaque.

Esse impacto nos salários na *PL* podem ser vistos no gráfico abaixo:

GRÁFICO 08 - Comparação dos salários totais pagos entre as ligas.



Fonte: Adaptado pelo autor de FBREF (2023).

Diante dessa relação de busca por atleta de maior qualidade, atrelada a elevação salarial fizeram com que, ao final da janela de transferências de julho de 2023, apenas 4 dos 20 representantes, da atual *PL*, tenham tido ganhos com a venda de ativos. Essa comparação pode ser vista na tabela a seguir:

TABELA 03 – Despesas e receitas dos clubes da Premier League.

Clubes	Despesas	Receitas	Saldo
Chelsea FC	467,80 mi. €	269,40 mi. €	-198,40 mi. €
Tottenham Hotspur	272,10 mi. €	117,20 mi. €	-154,90 mi. €
Manchester City FC	241,10 mi. €	118,80 mi. €	-122,30 mi. €
FC Arsenal	234,94 mi. €	67,90 mi. €	-167,04 mi. €
Manchester United FC	202,30 mi. €	55,34 mi. €	-146,96 mi. €
FC Liverpool	172,00 mi. €	60,70 mi. €	-111,30 mi. €
Newcastle United	153,20 mi. €	44,60 mi. €	-108,60 mi. €
West Ham United	137,56 mi. €	158,56 mi. €	21,00 mi. €
AFC Bournemouth	127,29 mi. €	1,50 mi. €	-125,79 mi. €

Nottingham Forest	122,05 mi. €	69,82 mi. €	-52,23 mi. €
FC Burnley	111,05 mi. €	3,80 mi. €	-107,25 mi. €
Brighton & Hove Albion	100,35 mi. €	195,90 mi. €	95,55 mi. €
Wolverhampton Wanderers	94,00 mi. €	169,20 mi. €	75,20 mi. €
Aston Villa FC	93,00 mi. €	32,55 mi. €	-60,45 mi. €
Brentford FC	69,35 mi. €	10,09 mi. €	-59,26 mi. €
FC Fulham	68,47 mi. €	52,60 mi. €	-15,87 mi. €
Sheffield United	64,45 mi. €	30,90 mi. €	-33,55 mi. €
FC Everton	40,50 mi. €	82,80 mi. €	42,30 mi. €
Crystal Palace FC	38,70 mi. €	-	-38,70 mi. €
Luton Town	22,75 mi. €	-	-22,75 mi. €

Fonte: Transfermarkt (2023).

Como já ficou perceptível pelos valores apresentados acima (GRÁFICO 06 e TABELA 04), a decisão por maximizar as vitórias é custosa financeiramente, requerente de grandes investimentos, que no longo prazo são sustentados a partir das grandes receitas obtidas na liga, porém o salto de investimento e o porque os clubes tomam esse caminho está atrelado ao interesses relacionados aos seus donos. No modelo da *PL*, podemos elencar duas razões destacadas: ganhos de escala e *sportwhasing*.

No primeiro caso, sendo os donos de clubes agentes capitalistas, portanto, como pressupõe a economia neoliberal, maximizador de lucros, a escolha por comprar um clube e fazer grandes investimentos está a atrelado aos ganhos de escala, através do incremento de talentos, e a capacidade de ano após anos da *PL* de incrementar suas receitas comprova a efetividade dessa ação.

Em relação aos clubes com mais destaque na liga, essa característica relacionada aos ganhos de escala, está muito atrelada aos donos ocidentais, normalmente estadunidenses e ingleses, famosos magnatas do esporte, que acumulam clubes das mais diversas modalidades, como é o caso dos donos de *Arsenal*, *Liverpool*, *Manchester United*, *Tottenham* e mais recentemente adquirido, o *Chelsea*.

A outra razão está relacionada e tem desdobramentos geopolíticos. No modelo vinculado da prática de *sportwasing*, os investimentos são advindos de

fundos de investimentos estatais, em que a um interesse dessas nações, dependente exclusivamente do petróleo, de diversificar seus investimentos, mas sobretudo buscam através do esporte “limpar” sua imagem perante as comunidades internacionais. Essa limpeza se dá através da distração, minimização e normalização, como definem Fruh, Archer e Wojtowicz (2022). Nesse sentido, a PL tem sido um grande alvo desses fundos nacionais, sobretudo para a aquisição de clubes.

O primeiro, Chelsea, foi o precursor nesse sentido, adquirido pelo russo Roman Abramovich, que enriqueceu durante a dissolução da União Soviética e muito próximo do atual mandatário do país. Porém, recentemente foi “forçado” a vender o clube devido a pressões relacionadas à invasão à Ucrânia. Mas segue idolatrado e tendo seu nome entoadado no estádio dos Blues.

No caso do *Manchester City*, comprado em 2008, com investimento originário dos fundos dos Emirados Árabes, que optaram por investir num rival menor do *Manchester United*, um dos principais e mais vencedores clubes da época – que atualmente tem sido vinculado ao fundo qatari, donos do *Paris Saint-Germain (PSG)*. A mais recente aquisição, foi a compra do *Newcastle*, um clube de origem operária, que em 2021 foi vendido para um grupo liderado pelo Fundo de Investimento Público (*PIF*) da Arábia Saudita, cujo presidente, Yasir Al-Rumayyan, foi posto no cargo em 2015 pelo mandatário do país, Mohammad bin Salman, príncipe herdeiro da Arábia Saudita. Compra que fora aprovada pela *PL* após acordos comerciais entre os sauditas e a *beIN Sports* – subsidiária da Al Jazeera, do Catar –, que acusava o país de piratear os jogos da liga.

Essa capacidade de se aproveitar da estrutura da *PL* só é possível graças aos custos de transação desta instituição serem baixos, portanto facilitando o acesso de grandes investimentos na liga.

Essas aquisições, normalmente vem acompanhadas de grandes patrocínios, que pagam valores acima do mercado, ação que serve como uma forma de driblar o *Fair Play Financeiro*, que é como se convencionou a chamar a prestação de contas que os clubes fazem com a liga e UEFA. Essa prática, porém, só foi criada a partir de 2008, com o objetivo de melhorar a condição financeira dos clubes e tornar o mercado como um todo mais estável e sólido. Como é definido no documento da confederação europeia, tem por finalidade: “a) Para melhorar a capacidade econômica e financeira dos clubes, aumentando a transparência e a credibilidade

deles; b) Para colocar a proteção necessária a credores e garantir que clubes cumpram suas obrigações com funcionários, impostos e outros clubes; c) Para introduzir mais disciplina e racionalidade nas finanças dos clubes de futebol; d) Para encorajar clubes a operar com base nas receitas deles; e) Para encorajar o gasto responsável pelo benefício de longo prazo do futebol; f) Para proteger a viabilidade e a sustentabilidade do futebol europeu no longo prazo” (Campelo, 2020, p. 1).

Esses patrocínios supervalorizados, porém, são utilizados como uma forma de burlar essas regras, um exemplo claro disso é a *Etihad*, empresa de *Abu Dhabi*, mesma origem dos investimentos ao *Manchester City*, que paga valores que permitem o clube seguir adquirindo mais talento sem passar na malha fina do *Fair Play* (Gráfico 04).

Além disso, esses fundos de investimentos têm expandido seus negócios adquirindo clubes de menos destaque pela Europa e América, formando redes de negócios que facilitam na aquisição de talento de forma prematura e geram transferências internas menos custosas.

Outras formas comumente vistas da prática de lavagem esportiva, está em estampar camisetas de clubes importantes e a compra de grandes eventos nacionais.

Exemplos dessa prática de patrocínio, que vincula a marca ligadas a governos questionados, a grandes clubes, não carecem de exemplos. Para citar alguns destacados, o Azerbaijão, que deu destaque a discussão de *sportwashing*, ao estampar a camisa do *Atlético de Madrid*, da Espanha - e posteriormente recebeu a final de uma competição europeias, em que o jogador armenio Mkhitarjan foi proibido de jogar -; além disso as companhias aéreas nacionais, *Emirates*, de Dubai, *Turkish Airlines*, da Turquia, e a já citada *Etihad*, de Abu Dhabi, que estampam suas marcas em clubes na Europa e América; por fim, *Visit Ruanda*, do país homônimo, que flerta com a extrema pobreza e paga para aparecer vinculada a alguns dos principais clubes do mundo.

Outra forma prática de *sportwashing* é a compra de eventos nacionais e internacionais, que a partir de grandes acordos financeiros passam a serem executados em local com pouco ou nenhuma tradição esportiva, envolto em um oásis fictício de normalidade, como é o caso da últimas copas do mundo, edições recentes de competições europeias e supercopas nacionais. Isso acaba excluindo e ampliando a desconexão entre torcedores e o clube, fazendo com que o sentido de

pertencimento seja perdido, junto deles o legado e tradições da forma única de cada sociedade entende e pratica o jogo seja diluído com o tempo e globalização do produto futebol.

4 CONCLUSÃO

É inegável o fato da *Premier League* ser um sucesso e o referencial, para o mundo, do tipo de negócio bem sucedido que pode ser extraído a partir do futebol. Muito disso se dá pelo processo de formação da liga, que constituiu uma instituição a partir de um grupo com interesses muito parecidos, que favoreceu a redução dos custos transacionais – maior segurança jurídica e especificação dos direitos de propriedade – e a criação de um produto e marca muito fortes, que atrai interesses e investimentos de vários tipos e locais.

Esse sucesso econômico, atrelado a forma de investi-los tornou a *PL* um local cobiçado por empresários, atletas e telespectadores, com interesses mútuos de participar e acompanhar alguns dos maiores talentos da geração. Tal sucesso contrasta principalmente com o caso do Brasil, nominalmente conhecido como o país do futebol, mas cuja principal instituição reguladora é a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), repleta de vícios corruptíveis, que elevam a insegurança jurídica, a falta de garantia de propriedade dos bens e gera problemas com a execução dos contratos, reduzindo todo o potencial de ganho existente.

Mas nem tudo que reluz é ouro na *PL*, a capacidade de gerenciamento baseada na decisão por maximizar vitórias – numa liga aberta sem restrição orçamentária – gera menos competitividade na comparação entre o primeiro colocado e o último menos capacitado, isto em termos de diferença de pontos (Madden, 2012). Em razão disto, tem sido frequente as discussões no parlamento sobre possíveis intervenções do Estado na gerência da liga, no sentido de distribuição melhor e maior dos montantes da *PL* para o restante da pirâmide do futebol inglês.

Por fim, há as questões do *sportwashing*, em que a liga inglesa, através de seu alcance global, é utilizada pelo *soft power* de Estados ligados a acusações contrárias à dignidade humanos, contradizendo as próprias ações da liga, em relação a racismo e luta a favor de direitos humanos. Sem mencionar as diversas acusações de infrações do *fair play*, até as queixas de fraudes, como a do *Manchester City*, acusado de mascarar o dinheiro do Estado de Abu Dabhi na forma de patrocínios, e o aceite do investimento saudita, diante de acusações de que o país pirateava o sinal de jogos da primeira divisão inglesa.

Portanto, a *PL* é um caso de sucesso financeiro, estrutural e mercadológico, que deve ser usado como modelo de estrutura institucional segura e confiável. Porém, deve-se questionar os limites morais de quem investe no futebol, não somente para a manutenção da reputação, mas do espírito esportivo, que cria identidades e mantém unidos torcedores, os principais responsáveis pela continuidade do interesse neste esporte.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R.; PEREIRA, A. Ousadia e alegria: sportswashing e soft power do Catar através do futebol. **Revista do Departamento de Geografia**, São Paulo, v. 42, p. e203554-e203554, 2022.
- ALSTON, L.; EGGERTSSON, T.; NORTH, D. Empirical Studies in Institutional Change. Cambridge: **Cambridge University Press**, 1996.
- AMORIM, MK. **A nova economia institucional e o desenvolvimento econômico**. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.
- BOYKOFF, J. **The 1936 Berlin Olympics: Race, Power, and Sportswashing**. Illinois: Common Ground Research Networks, 2023.
- BRANDES, L.; FRANCK, E. Who made Who? An Empirical Analysis of Competitive Balance in European Soccer Leagues. **Eastern Economic Journal**, [S.l.], n. 3, pp. 379-403, 2007.
- BRANNAGAN, P.; GIULIANOTTI, R. The soft power–soft disempowerment nexus: the case of Qatar. **International Affairs**, [S.l.], v. 94, n. 5, p. 1139-1157, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/ia/iyy125>. Acesso em: 20 set. 2023.
- BROMBERGER, C. **Significaciones de la pasión popular por los clubes de fútbol**: Libros del Rojas. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, 2001.
- CAPELO, R. Entenda como funciona o fair play financeiro no futebol europeu – e quais clubes estariam ameaçados se o sistema existisse no Brasil. [2020]. Disponível em: <https://ge.globo.com/blogs/blog-do-rodriigo-capelo/post/2020/02/17/entenda-como-funciona-o-fair-play-financeiro-no-futebol-europeu-e-quais-clubes-estariam-ameacados-se-o-sistema-existisse-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 19 jan. 2024.
- CAVALCANTE, C. A economia institucional e as três dimensões das instituições. **Revista de Economia Contemporânea**, [S.l.] v. 18, p. 373-392, 2014.
- CHADE, J. Receita do futebol supera R\$ 100 bilhões e esporte já é maior que PIB de 95 países. O Estado de São Paulo, 06 ago. 2018. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,receita-do-futebol-supera-r-100-bi-e-esporte-ja-e-maior-que-pib-de-95-paises,70002340625>. Acesso em: 02 jun. 2023
- COASE, R. The problem of social cost. **Journal of Law and Economics**, Chicago, v. 3, p. 1-44, 1960.
- COLLINS, T. **Sport in capitalist society: A short history**. Abingdon: Routledge, 2013.

CONCEIÇÃO, O. A contribuição das abordagens institucionalistas para a constituição de uma teoria econômica das instituições. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 77-106, 2008.

COSTA, R. Economia da confiança: comunicação, tecnologia e vinculação social. Curitiba: **Editora Appris**, 2020.

DAOU, M.; GUARESCHI, N.; AZAMBUJA, M. Mídia e a produção do sujeito jogador de futebol profissional. **Fractal: Revista de Psicologia**, Santa Maria, v. 26, p. 963-978, 2014.

DE ABREU GRAZZIOTIN, H.; AVILA, R.; HERRLEIN JR, R. A Economia Política Institucionalista e o desenvolvimento. In: DATHEIN, Ricardo (org.). *Desenvolvimentismo: o conceito, as bases teóricas e as políticas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003. p. 113-156.

DELOITTE. Deloitte Football Money League 2023. [2023]. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>. Acesso em: 04 dez. 2023.

ELLIS, J. Sportswashing and Atrocity: The 1978 FIFA World Cup. **Yet Again**, v. 19, 2020.

FAVORITO dos fãs: A Popularidade Global do Futebol está em ascensão. Nielsen, jun. 2018. Disponível em: <https://www.nielsen.com/pt/insights/2018/fan-favorite-the-global-popularity-of-football-is-rising/>. Acesso em: 07 fev. 2023

FBREF. 2023-2024 Maiores 5 Ligas Europeias estatísticas. [2023]. Disponível em: <https://fbref.com/pt/comps/Big5/Maiores-5-Ligas-Europeias-Estatisticas>. Acesso em: 15 jan. 2024.

FIANI, R. Crescimento econômico e liberdades: a economia política de Douglass North. **Economia e sociedade**, Campinas, v. 11, n. 1, p. 45-62, 2002.

FORT, R.; QUIRK, J. Optimal competitive balance in a season ticket league. **Economic inquiry**, [S.l.], v. 49, n. 2, p. 464-473, 2011.

FRUH, K.; ARCHER, A.; WOJTOWICZ, J. Sportswashing: Complicity and corruption. **Sport, ethics and philosophy**, [S.l.], v. 17, n. 1, p. 101-118, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17511321.2022.2107697>. Acesso em: 16 abr. 2023.

GALEANO, E. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: LP&M, 2010.
H.M. Dietl, M. Lang, S. Werner. Social welfare in a sports league with profit-maximizing and win-maximizing clubs. **Southern Economic Journal**, Zurich, v. 76, 2n. pp. 375-396, 2009.

KARAK, Anirban. Accumulation by dispossession: A Marxist history of the formation of the English Premier League. **Review of Radical Political Economics**, v. 49, n. 4, p. 615-632, 2017.

KESENNE, S. Club objectives and ticket pricing in professional team sports. **Eastern Economic Journal**, v. 32, n. 3, pp. 549-560, 2006.

KESENNE, S. **The Economic Theory of Professional Sport**. Bélgica: Edward Elgar, 2007.

KÉSENNE, S. **The Economic Theory of Professional Team Sports: An Analytical Treatment**. 2. ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.

MADDEN, P. Fan welfare maximization as a club objective in a professional sports league. **European Economic Review**, [S.l.], v. 56, n. 3, p.560-578, abr. 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.euroecorev.2011.12.006>. Acesso em: 12 nov. 2023.

MIRANDA, WENDER FRAGA et al. A economia dos custos de transação através do desenvolvimento da reputação favorável. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 10., 2010, São Paulo. Anais[...]. São Paulo, SP, 2010.

NORTH, D. et al. The new institutional economics and third world development. **The new institutional economics and third world development**, [S.l.], v. 21, p. 31-40, 1995.

NORTH, Douglass C. A transaction cost theory of politics. **Journal of theoretical politics**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 355-367, 1990.

NYE, J. Soft power. **Foreign policy**, [S.l.], n. 80, p. 153-171, 1990.

PEREIRA, A.; DATHEIN, R.; CONCEIÇÃO, O. A empresa e seu ambiente de interação: os limites da Teoria dos Custos de Transação e o alcance da Teoria Institucionalista Evolucionária. **Economia e Sociedade**, Porto Alegre, v. 23, p. 33-61, 2014.

PREMIER LEAGUE. Partners. Disponível em: <https://www.premierleague.com/about/partners>. Acesso em: 20 dez. 2023.

ROSEN, Sherwin. The economics of superstars. **The American economic review**, [S.l.], v. 71, n. 5, p. 845-858, 1981.

RUTHERFORD, Malcolm. Institutional economics: then and now. **Journal of economic perspectives**, [S.l.], v. 15, n. 3, p. 173-194, 2001.

SAPIO, M. "Sport washing" e corrupção moldam polêmicas em torno da realização da Copa no Catar. CNN Brasil, 20 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esporte/sport-washing-e-corrupcao-moldam-polemicas-em-torno-da-realizacao-da-copa-no-catar>. Acesso em: 15 jul. 2023.

SIMPSON, A. Xuxa: Megamarketing do sexo, da raça e da modernidade. São Paulo: Editora Sumaré, 1994.

SKAPERDAS, S. Contest success functions. **Economic theory**, California, v. 7, pp. 283-290, 1996.

SKEY, M. Sportswashing: Media headline or analytic concept?. **International review for the sociology of sport**, [S.I.], v. 58, n. 5, p. 749-764, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/10126902221136086>. Acesso em: 02 nov. 2023.

SPORT INSIDER. Premier League 2022/23: um resumo dos detalhes comerciais. [2022]. Disponível em: <https://sportinsider.com.br/premier-league-resumo>. Acesso em: 03 jan. 2024.

STATISTA. Annual revenue earned from shirt sponsorship deals by selected clubs in the Premier League in 2022/23, by club. [2023]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/254513/value-of-jersey-kit-sponsorships-in-the-bar-clays-premier-league-by-club/>. Acesso em: 10 jan. 2024.

STATISTA. Broadcast revenue earned by clubs in the Premier League in 2021/22. [2023]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/240912/broadcasting-payments-to-clubs-in-the-english-premier-league/>. Acesso em: 05 jan. 2024.

STATISTA. Revenue of the Big Five soccer leagues in Europe from 2012/13 to 2021/22, with a forecast to 2023/24, by league. [2023]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/261218/big-five-european-soccer-leagues-revenue/>. Acesso em: 07 jan. 2024.

STATISTA. Total cost of hosting the FIFA World Cup from 1994 to 2022. [2023]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1361481/world-cup-host-total-costs/>. Acesso em: 16 jan. 2024.

SZYMANSKI, S. **Competitive balance in sports leagues and the paradox of power**. London: Internacional Association Of Sports Economists, 2006. (Working Paper Series, 06(18)).

TRANSFERMARKET. Balanços de transferências (lucros e gastos). [2023]. Disponível em: <https://www.transfermarkt.com.br/premier-league/transferbilanz/wettbewerb/GB1>. Acesso em: 10 jan. 2024.

TRANSFERMARKET. Receitas e despesas. [2023]. Disponível em: <https://www.transfermarkt.com.br/premier-league/einnahmenausgaben/wettbewerb/GB1>. Acesso em: 05 dez. 2023.