Seção 1 — Análises Regulatórias e Temas Contemporâneos

Alternativas Regulatórias para Equilíbrio Competitivo: Soluções Autorregulatórias e Legislativas para Distribuição Equitativa de Cotas de Transmissão de Televisão

Regulatory Alternatives for Competitive Balance: Self-Regulatory and Legislative Solutions for Equitative Distribution of Television Transmission Quotas

CARLOS RAGAZZO

Professor Adjunto e Membro do Corpo Permanente do Mestrado da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4049-7691

FRANCISCO DEFANTI

Mestre em Direito da Regulação pela Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getulio Vargas (FGV).

RESUMO: O valor das quotas de televisão representa uma parcela relevante das receitas dos clubes de futebol profissional brasileiros. Após longas discussões sobre o modelo de negociação coletiva dos clubes com emissoras de televisão no Cade, a despeito da decisão do órgão concorrencial no sentido da validade do modelo, os clubes acabaram optando por negociações individuais, que têm o potencial de provocar fortes desequilíbrios competitivos, sobretudo a partir da disparidade das verbas (spreads). Para reverter esse possível quadro deletério, o presente artigo avalia o benchmarking internacional de campeonatos europeus e as suas respectivas soluções autorregulatórias e legislativas para o problema regulatório consistente na falta de equilíbrio competitivo.

PALAVRAS-CHAVE: Equilíbrio competitivo; concorrência; mercado de esportes; regulação; autorregulação.

ABSTRACT: The value of television quotas represents a significant portion of the revenues of Brazilian professional soccer clubs. After long discussions about the collective bargaining model of clubs with television broadcasters at Cade, despite the decision of the competition body to validate the model, the clubs ended up opting for individual negotiations, which have the potential to cause strong competitive imbalances, especially given the disparity between the television funds allocated between clubs. In order to reverse this possible deleterious scenario, this article assesses the international benchmarking of European championships and their respective self-regulatory and legislative solutions to the regulatory problem of a lack of competitive equilibrium.

KEYWORDS: Competitive equilibrium; competition; sports market; regulation; self-regulation.

SUMÁRIO: Introdução; 1 Objetivos regulatórios para competições esportivas: equilíbrio competitivo; 2 Origem do desequilíbrio da distribuição das quotas de distribuição; 2.1 Representações perante o Cade contra o modelo de negociação coletiva; 2.2 Modelo de negociação individual dos clubes de futebol: desequilíbrio competitivo; 3 Modelos de distribuição de cotas de transmissão: benchmarking internacional; 3.1 Distribuição de cotas de televisão no campeonato inglês: autorregulação de regras de equilíbrio competitivo; 3.2 Distribuição de cotas de televisão no campeonato italiano: solução legislativa para regras de equilíbrio competitivo; 3.3 Distribuição de cotas de televisão no campeonato espanhol: tentativa regulatória para reduzir a disparidade histórica do torneio; 3.4 Distribuição de cotas de televisão no campeonato alemão: autorregulação promovida com objetivo de nivelar o torneio: Conclusão: Referências.

INTRODUÇÃO

O rateio dos recursos pagos pelas emissoras de televisão para aquisição dos direitos de transmissão (cotas de televisão) constitui, na atualidade, uma das principais fontes de renda dos esportes profissionais. No caso específico do futebol profissional, internacional, análises apontam que cerca de 50% (cinquenta por cento) das receitas dos 20 (vinte) maiores clubes futebolísticos do mundo advêm de direitos de transmissão¹.

No Brasil, a situação é bastante similar: na temporada de 2017, os direitos de televisão corresponderam a 42% (quarenta e dois por cento) das receitas dos clubes que disputaram a Série A do campeonato nacional. Para se ter uma dimensão comparativa, apenas 15% (quinze por cento) das verbas disseram respeito à bilheteria e a programas de sócio torcedor²⁻³. Mas as receitas decorrentes de direito de televisão não vinham (e não vêm) sendo distribuídas de forma equilibrada entre as agremiações de futebol brasileiras. Sobretudo a partir de 2011, quando os clubes passaram a negociar os direitos de transmissão individualmente com as emissoras interessadas na

Cf. estudo realizado pela Deloitte no presente ano de 2018, que abarcou os seguintes clubes, em ordem decrescente de receitas totais: Manchester United (Inglaterra); Real Madrid (Espanha); FC Barcelona (Espanha); Bayer Munich (Alemanha); Manchester City (Inglaterra); Arsenal (Inglaterra); Paris Saint-Germain (França); Chelsea (Inglaterra); Liverpool (Inglaterra); Juventus (Itália); Tottenham Hotspur (Inglaterra); Borussia Dortmund (Alemanha); Atlético de Madrid (Espanha); Leicester City (Inglaterra); Internazionale (Itália); Schalke 04 (Alemanha); West Ham United (Inglaterra); Southampton (Inglaterra); SSC Napoli (Itália); Everton (Inglaterra). Disponível em: https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html. Acesso em: 5 set. 2018.

² Disponível em: https://www.itau.com.br/_arquivosestaticos/itauBBA/Analise_Clubes_Brasileiros_Futebol_ItauBBA.pdf. Acesso em: 11 jan. 2019.

A título comparativo, em 2016 o percentual da receita correspondente à divisão de quotas televisivas foi de 49%. Disponível em: http://textual.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Analise-dos-Clubes-Brasileiros-de-Futebol-Itau-BBA-2017.pdf. Acesso em: 5 set. 2018.

aquisição dos direitos de transmissão, se verificou a ocorrência de relevante disparidade entre os quinhões repartidos, discrepância essa que, como se verá, chegou a alcançar a ordem de nada menos que 485% (quatrocentos e oitenta e cinco por cento) entre os clubes da série A.

É bem verdade que, inobstante tal discrepância, pode soar estranho afirmar que há um desequilíbrio na disputa do campeonato brasileiro de futebol. Afinal, tal torneio ainda é considerado como um dos mais disputados do mundo, mormente quando comparado com campeonatos futebolísticos europeus de expressão (tais como *La Liga* espanhola, a *Bundesliga* alemã e o *Calcio* italiano), no bojo dos quais um pequeno número de agremiações concentra o maior número de títulos ao longo das últimas décadas. A avaliação que se costuma fazer, porém, é a de que a manutenção da enorme desproporção de arrecadação entre os clubes poderá conduzir ao progressivo desequilíbrio de forças competitivas⁴. Não à toa, o estudo divulgado pelo Itaú BBA⁵ indica a tendência de que as vantagens financeiras de que desfrutam certos times brasileiros poderá transformar a Séria A do Brasileirão em um torneio com baixo grau de competitividade.

Diante desse quadro, algumas perguntas se fazem pertinentes. Primeiro, será que o equilíbrio competitivo deve ser um objetivo regulatório a ser perseguido pelas entidades responsáveis por campeonatos esportivos? Quais os efeitos em médio e longo prazo para torcedores, patrocinadores e demais envolvidos? Para tentar responder essas perguntas, no Capítulo 1 deste artigo será apresentado um panorama do mercado desportivo, destacando as suas principais características, a fim de apurar se o esporte apresenta ou não peculiaridades que o distinguem de outros setores econômicos. Em particular, será averiguado se a imprevisibilidade dos resultados esportivos possui ou não impacto na atratividade do negócio esportivo, aumentando receita para clubes e patrocinadores.

A segunda pergunta, objeto do Capítulo 2 deste artigo, particulariza o caso brasileiro para averiguar se existe algum risco de desequilíbrio competitivo a partir dos modelos de negociação de cotas de transmissão televisiva hoje vigentes. Nesse aspecto, é importante avaliar a origem desse desequilíbrio, bem como sua relação com processos que tramitaram no

⁴ Neste sentido, confira-se crítica disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed744-a-globo-e-a-espanholizacao-do-futebol-brasileiro/.

⁵ Disponível em: http://textual.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Analise-dos-Clubes-Brasileiros-de-Fute-bol-Itau-BBA-2017.pdf. Acesso em: 5 set. 2018.

Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), versando sobre pretensas condutas anticoncorrenciais que teriam sido verificadas no âmbito da negociação de cotas de televisão relativas à transmissão de partidas dos campeonatos de futebol. Tal análise é relevante para entender se o mesmo paradigma concorrencial de proteção contra comportamentos coordenados se mantém no mercado de transmissão de eventos esportivos, pergunta que permitirá uma avaliação sobre os possíveis modelos de negociação com distribuidores de conteúdo, ponto relevante para a avaliação de alternativas regulatórias para atingir o equilíbrio competitivo entres os times. Além disso, também é importante entender quais os limites do papel do Cade para medidas contratuais ou não que têm por objetivo reequilibrar competições esportivas.

Superadas as dúvidas sobre a licitude das possíveis alternativas disponíveis para buscar o objetivo regulatório consistente no equilíbrio competitivo nos campeonatos, o Capítulo 3 se volta a expor modelos que foram adotados em outros países como formas de fomentar o equilíbrio nas competições. A exemplo do futebol brasileiro, os times das principais ligas europeias (em especial as ligas italiana, inglesa e alemã) também possuem parcela considerável de suas receitas atrelada à distribuição de cotas de televisão, razão pela qual diversos países adotam regras objetivas (legais ou convencionais) para distribuição equitativa dos valores dessa fonte específica de receita.

1 OBJETIVOS REGULATÓRIOS PARA COMPETIÇÕES ESPORTIVAS: EQUILÍBRIO COMPETITIVO

A competitividade que existe entre dois atletas ou times que disputam um mesmo torneio é totalmente distinta daquela que vigora entre duas empresas de outros setores econômicos típicos, em que a regra geral é a de que concorrentes não devem se coordenar, salvo em situações excepcionais⁶. Mas isso não necessariamente é verdade para o mundo dos esportes, que demanda algum grau de coordenação para que haja uma maior eficiência para os consumidores, em termos alocativos do produto⁷. Para demonstrar

Não se ignora o fato de que o esporte é responsável pela circulação de elevados montantes de dinheiro e que, em diversas questões, as entidades desportivas devem se submeter às mesmas regras dos demais setores econômicos. O ponto que se quer demonstrar é que, a despeito disso, há no esporte certas características que justificam um tratamento diferenciado para certas questões. O equilíbrio dos torneios, como se pretende demonstrar, é uma dessas situações.

SMITH, Aaron C. T.; STEWART, Bob. The special features of sports: a critical revisit. Sport Management Review, Elsevier, v. 13, n. 1, fev. 2010. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441352309000692. Acesso em: 11 jan. 2019.

o ponto, cumpre traçar, à luz da literatura especializada, quais são as principais características do mercado do esporte para poder avaliar as soluções disponíveis.

A primeira característica diz respeito à relação de *interdependência* entre os clubes que disputam um mesmo torneio⁸. Tome-se como exemplo a indústria cervejeira. Há empresas no mercado que produzem uma mesma mercadoria e buscam convencer os consumidores a adquirirem os seus respectivos produtos. Ao fazerem isso, as empresas concorrem entre si para a conquista e a fidelização do consumidor. Dito de outro modo, o objetivo de uma determinada empresa é, ao mesmo tempo, vender seu produto ao consumidor e fazer com que ele deixe de comprar de uma marca concorrente. Em regra, a maior variedade de empresas concorrentes é benéfica ao destinatário final do produto.

Essa premissa não se aplica da mesma forma ao esporte. No âmbito desportivo, a despeito da existência de concorrência dentro de campo ou quadra, os atletas e clubes precisam uns dos outros fora dele⁹. Vale dizer: há necessidade de colaboração entre os participantes para organização de um campeonato competitivo e atrativo¹⁰. Em termos econômicos, as "firmas" desportivas fabricam um produto único que surge a partir da soma dos processos separados de duas ou mais dessas "firmas". Esse produto não pode ser alcançado individualmente por um atleta ou clube; trata-se de um produto múltiplo, porém naturalmente indivisível¹¹. Daí porque se pode afirmar que o sucesso de um time pode traduzir-se em externalidades positivas para os demais participantes do torneio (o que se costuma denominar "*league standing effect*"¹²).

Em outros termos, se pode afirmar que existe uma unidade dos interesses econômicos¹³. Cada agremiação depende do sucesso financeiro de

⁸ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. *Sport Management*: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 4.

⁹ GROW, Nathaniel. There's no "I" in League: professional sports leagues and the single. Michigan Law Review, v. 105, n. 183, p. 191/192, 2005.

¹⁰ KOLLER, Dionne L. Putting Public Law into "Private" Sport. Pepperdine Law Review, v. 43, n. 681, p. 688, 2016.

NEALE, Walter C. The peculiar economics of professional sports: a contribution to the theory of the firm in Sporting competition and in Market competition. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 78, n. 1, p. 2/3, fev. 1964

BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 479, 2003.

¹³ Nesse sentido, segundo Amorim Filho e Silva, "diferentemente do que ocorre nos demais setores econômicos, no âmbito do futebol o competidor, seu eterno rival, é mutuamente importante, o que significa que angariar mercado objetivando a redução do mercado (torcida) do adversário não é um objetivo de longo prazo"

uma liga, não havendo, a princípio e diferentemente do que ocorre com o setor cervejeiro e congêneres, concorrência direta entre o "produto" vendido pelos clubes, mas sim por torcedores, o que ocorre de forma bastante particular, como será visto mais à frente¹⁴. Não existe, *e.g.*, em regra, competição entre os clubes no que concerne à venda de ingressos para as partidas. A uma, porque as partidas normalmente não são realizadas em proximidades geográficas ou temporais umas das outras. Além disso, o público-alvo nas competições esportivas, após a fidelização, normalmente é distinto. Por exemplo, uma partida realizada em São Paulo entre o Santos Futebol Clube e o Sport Club Corinthians Paulista dificilmente vai concorrer com outra, mesmo que seja no mesmo horário, realizada em Florianópolis entre o Avaí Futebol Clube e a Associação Chapecoense de Futebol¹⁵.

Em suma, trazendo para o caso específico do futebol profissional, é fato que mesmo que times como Clube de Regatas Vasco da Gama e Botafogo de Futebol e Regatas sejam rivais dentro de campo, há um interesse convergente quanto ao sucesso – material e imaterial – dos torneios de que participam (*e.g.*, Campeonato Carioca, Copa do Brasil, Campeonato Brasileiro), com o intuito, entre outros, de atrair-se um número maior de torcedores e de patrocinadores¹⁶. Ou seja, as empresas concorrentes constroem um produto, que é materializado nos campeonatos que disputam e vendem no mercado¹⁷.

Alguns fatores reforçam a ideia de que a cooperação pode produzir maior eficiência: existe pouca mobilidade entre os torcedores de um determinado time, uma vez que costuma ocorrer uma afinidade preexistente entre torcedor e clube, muitas vezes independente de jogadas de *marketing* dos times. Geralmente, o torcedor se "afilia" ao clube por razões de conjuntura. É comum, por exemplo, que as pessoas torçam para os mesmos times de seus pais, irmãos e amigos. Há também um forte vínculo entre o torcedor

⁽AMORIM FILHO, Manoel Henrique de; SILVA, José Antônio Felgueiras da. A gestão dos clubes de futebol – Regulação, modernização e desafios para o esporte no Brasil. *Revista Interesse Nacional*, ano 5, n. 18, jul./set. 2012).

¹⁴ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. *Sport Management*: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 4.

¹⁵ V. AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P. As leis econômicas e o futebol: a estrutura do novo negócio. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de (Org.). *A nova gestão do futebol*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

¹⁶ GROW, Nathaniel. There's no "I" in League: professional sports leagues and the single. Michigan Law Review, v. 105, n. 183, p. 186-187, 2005.

¹⁷ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. Sport Management: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 4.

e os clubes do local onde ele mora ou reside¹⁸. Essa característica faz com que os clubes não precisem "correr atrás" do seu principal *stakeholder*: os torcedores¹⁹, muito embora o sucesso do time no momento seja um fator relevante para a escolha²⁰.

Além disso, a literatura aponta uma fusão entre lealdade, identificação e otimismo irracional²¹. Essa forte identificação com o produto esportivo produz baixa elasticidade cruzada da demanda, o que significa que uma forma de bem esportivo não pode ser facilmente substituída por outra²². Esse baixo grau de substitutibilidade também implica que uma equipe pode ter desempenho abaixo do normal, mas, a despeito disso, não necessariamente perderá seus torcedores para uma equipe com melhor desempenho²³.

A necessária coordenação entre os clubes para formar uma liga/campeonato que tenha atratividade também depende de outra característica, também bastante peculiar ao mercado de esportes. Diferentemente de outros serviços e entretenimentos, a inconsistência e a incerteza são importantes fatores para o sucesso de um esporte. Nesse caso, conquanto clubes, jogadores e torcedores aspirem vencer pela maior margem possível, é fato que a popularidade das ligas esportivas depende de altos níveis de equilíbrio competitivo, a fim de proporcionar disputas acirradas e emocionantes²⁴.

Essa é uma questão central à economia do esporte. De fato, a compreensão mais precisa acerca dos elementos que determinam a demanda é uma das mais importantes questões empíricas a serem feitas nas análises de mercados de esportes profissionais²⁵. Embora existam pesquisas questio-

¹⁸ A identificação do torcedor com um determinado time pode decorrer de inúmeras circunstâncias. O critério geográfico, costuma ser apontado como uma das principais justificativas, em conjunto com razões de conexão emocional e autoidentificação do fã (BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 479, 2003).

¹⁹ GROW, Nathaniel. Op. cit., p. 192/193.

²⁰ Estudos mais recentes ainda indicam que a opção por um ou outro time pode decorrer de escolhas heurísticas (dentro do estudo da economia comportamental), aproximando a seleção do time a quaisquer outros bens disponíveis no mercado (SMITH, Aaron C. T.; STEWART, Bob. The special features of sports: a critical revisit. Sport Management Review, Elsevier, v. 13, n. 1, p. 5, fev. 2010).

²¹ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. *Sport Management*: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 4.

²² MITTEN, Matthew J.; BURTON, Bruce W. Professional Sports Franchise relocations from private law and public law perspectives: balancing marketplace competition, league autonomy, and the need for a level playing field. Maryland Law Review, v. 56:57, p. 60, 1997.

²³ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. Sport Management: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 5.

²⁴ Ibidem, p. 4.

²⁵ BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 479, 2003.

nando o papel da incerteza na demanda (desde economistas que sustentam que não há estudos empíricos consistentes nessa direção²⁶⁻²⁷, até pesquisas que tentam comprovar hipóteses no sentido contrário²⁸), parte relevante dos estudos sobre o tema confirma a "uncertaint-of-outcome hypothesis"²⁹.

Estudos feitos por Borland e MacDonald apontou fortes evidências empíricas sobre os efeitos que a incerteza quanto ao resultado dos jogos de uma temporada produz no comparecimento dos torcedores às partidas, gerando três grupos de estudos desenvolvidos para testar essa correlação. O primeiro grupo verificou que, quanto mais decisiva é a partida para o time, maior é a presença dos torcedores - o que indica que, quando há maior equilíbrio entre os clubes, com consequente aumento na quantidade de partidas decisivas em uma dada temporada, o comparecimento é maior. O segundo grupo analisa a relação entre o comparecimento total aos jogos do campeonato e o diferencial médio de desempenho dos times em relação ao líder do campeonato, tendo sido verificado que desequilíbrios maiores entre os times participantes de uma temporada implicam comparecimento menor³⁰. Por fim, o terceiro grupo de pesquisas comparou o comparecimento da Liga inglesa (formada por times de elite) com a Copa da Inglaterra (composta por times de características mais variadas), concluindo que, na média, o comparecimento é maior nos jogos da Liga. Todos esses resultados são consistentes com a previsão de que, quanto mais equilíbrio entre os times, maior o comparecimento.

Assim, embora haja pesquisas em sentidos diversos, se pode afirmar que um campeonato precisa possuir imprevisibilidade para atrair demanda

²⁶ SZYMANSKI, Stefan. Uncertainty of outcome, competitive balance and the theory of team sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan (Ed.). Handbook on the Economics of Sport. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2006. p. 597-600.

²⁷ Em uma compilação de estudos feita por Jeffery Borland e Robert MacDonald, apurou-se que, dos 18 estudos analisados, apenas 3 apresentam fortes evidências do efeito da incerteza na presença de torcedores. A maioria dos estudos conclui que não há relação significativa. Cf.: BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 486, 2003. Nesse sentido, se apurou que a evidência de que há efeito da incerteza do resultado no nível de frequência a jogos é relativamente fraca. No entanto, haveria evidências muito mais consistentes dessa relação quando se considera a temporada como um todo, e não especificamente um jogo em particular.

²⁸ Como exemplo de estudos que tentam refutar a "uncertaint-of-outcome hypothesis", há pesquisa que indica, por exemplo, que uma competição muito balanceada na Fórmula Um pode gerar desestímulo à demanda dos fãs do esporte (o interesse aumentaria nos casos em que houvesse uma disputa entre poucos corredores nas primeiras posições do torneio). Confira-se a pesquisa em: HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. Sport Management: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006.

²⁹ BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 479, 2003.

³⁰ Idem, ibidem.

em níveis maiores³¹. As peculiaridades descritas antes convergem para a necessidade de se preservar um cenário ideal de *equilíbrio competitivo* entre os participantes do torneio. Afinal, um desequilíbrio muito elevado tem a propensão de reduzir o interesse e o valor do produto esporte (campeonato) para todos os envolvidos, torcedores ou não³². O equilíbrio é necessário para que qualquer torneio seja imprevisível e atenda aos interesses dos seus consumidores diretos (os torcedores). Até porque, como visto, tais torcedores dificilmente terão a opção de simplesmente mudar de time (a demanda é altamente inelástica).

Como forma de preservação desse equilíbrio, os times (individual-mente ou de forma organizada) optam por diversas medidas, várias das quais autorregulatórias – tais como tetos salariais, contratação por *draft*, divisão de receitas –, de modo a assegurar uma distribuição balanceada de receitas³³3. Em determinados casos, o próprio Estado busca promover o equilíbrio por meio de regulações específicas³⁴ (é o caso do futebol italiano, como se verá com mais detalhes adiante)³⁵5. Entre essas medidas, como já destacado na introdução deste trabalho, a redistribuição de receitas derivadas dos direitos de TV representa um dos instrumentos mais comuns de manutenção do balanço competitivo³⁶. Até porque, repita-se, trata-se de uma das mais relevantes fontes de renda dos clubes.

Realmente, a negociação dos direitos de transmissão se tornou elemento fundamental do planejamento organizacional dos times e da própria

³¹ SZYMANSKY, Stefan. Uncertaninty of outcome, competitive balance and the theory of team sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan (Ed.). Handbook on the Economics of Sport. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2006. p. 597-600.

³² Aqui vale um breve registro quanto a essa premissa. Há economistas que sugerem cautela nesse ponto, na medida em que disputas desequilibradas (exemplificadas pelo duelo bíblico Davi x Golias) também podem ser atrativas ao público. "The performance of a perpetually sucessful team can also provide extra interest, either among those who support the 'dynasty', or among those who are rooting for it to fail" (SZYMANSKI, Stefan. Uncertainty of outcome, competitive balance and the theory of team sports. In: ANDREFF, Wladimir, SZYMANSKI, Stefan (Ed.). Handbook on the Economics of Sport. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2006. p. 597-600).

³³ SZYMANSKI, Stefan. Uncertainty of outcome, competitive balance and the theory of team sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan (Ed.). Handbook on the Economics of Sport. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2006. p. 597-600.

³⁴ HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. Sport Management: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. p. 4.

³⁵ Segundo Jeffery Borland e Robert MacDonald, "public policy-makers or competition regulators seek to maximize social welfare. Hence, they will have as their objective the implementation of policies or regulatory structures of professional sporting competitions achieve goals of social efficiency and equity" (BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. Oxford Review of Economic Policy, v. 19, n. 4, p. 480, 2003).

³⁶ GRATTON, C.; SOLBER, H. A. The Economics of Sports Broadcasting. London: Routledge, 2007.

concorrência econômica no setor³⁷. A partir dos conflitos gerados pela negociação e divisão de cotas de televisão, diferentes ligas ao redor do mundo adotaram políticas e práticas voltadas a regulamentar a venda de direitos de *broadcasting* e distribuição das receitas oriundas desses direitos³⁸. No entanto, como se verá no próximo capítulo, o Brasil saiu de um modelo mais equitativo de distribuição de cotas de televisão para um modelo de negociação individual, em que o *spread* entre os clubes cresceu, o que tem potencial para causar distorções no equilíbrio competitivo, gerando risco para a atratividade do produto.

2 ORIGEM DO DESEQUILÍBRIO DA DISTRIBUIÇÃO DAS QUOTAS DE DISTRIBUIÇÃO

No Brasil, há poucos estudos que exponham de forma clara de que forma a negociação dos direitos televisivos ocorria até a década de 1970 e tampouco há bases de dados confiáveis que apresentem os valores que eram eventualmente negociados entre clubes e emissoras de televisão na época. O que se tem de concreto é que, em 1973, a Lei nº 5.988 (que regulava à época os direitos autorais) atribuiu às entidades desportivas o direito de "autorizar, ou proibir, a fixação, transmissão ou retransmissão, por quaisquer meios ou processos de espetáculo desportivo público, com entrada paga" (art. 100, *caput*), o que usualmente se denomina de "direito de arena" ³⁹. Ou seja, a partir de 1973, se consolidou a nível legislativo a competência dos clubes de negociarem diretamente os direitos de transmissão dos jogos de futebol de que participassem, com a ressalva de que tal direito só se verificava nos casos em que o evento tivesse entrada paga.

Foi também a partir da década de 1970 que a transmissão de esportes passou a ganhar relevância a nível nacional. A Rede Globo de Televisão surgiu como um dos principais agentes desse "novo mercado", passando a

³⁷ SMITH, Paul; EVENS, Tom; IOSIFIDIS, Petros. The regulation of television sports broadcasting: a comparative analysis. *Media, Culture* & Society, 37(5), p. 14, 2015. Disponível em: http://openaccess.city.ac.uk/8216/1/The%20regulation%20of%20television.pdf.

NOLL, Roger G. Broadcasting and Team Sports. Scottish Journal of Political Economy, Discussion Paper, n. 6-16, p. 1, February 2007. Disponível em: https://pennstatelaw.psu.edu/_file/Sports%20Law%20 Policy%20and%20Research%20Institute/noll%20broadcasting%20and%20team%20sports.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2019.

³⁹ Vale registrar que, no plano legislativo, o direito à negociação das cotas de televisão (denominado "direito de arena") foi ratificado posteriormente por meio da edição da Lei nº 8.672/1993 ("Lei Zico") e da Lei nº 9.615/1998 (usualmente denominada de Lei Pelé). Tal diploma foi alterado em 2011 por intermédio da Lei nº 12.395, passando a constar do *caput* do dispositivo o seguinte texto: "Pertence às entidades de prática desportiva o direito de arena, consistente na prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens, por qualquer meio ou processo, de espetáculo desportivo de que participem. [...]".

redefinir o produto futebol, tornando-o cada vez mais atrativo financeiramente (em 1970 foram transmitidas ao vivo as partidas da Copa do Mundo do México⁴⁰). Além disso, conforme se extrai dos seus próprios anais, embora já houvesse programas especializados esparsos desde 1965, foi durante a década de 1970 que a emissora passou a dedicar cada vez mais tempo de sua grade de programação ao esporte, tanto por meio de inserções em noticiários quanto em programas dedicados ao assunto. A título de exemplo, em 1973 foi ao ar a primeira edição do Esporte Espetacular, sendo que O Globo Esporte, por sua vez, foi lançado em 1978⁴¹.

Nesse primeiro estágio, as negociações entre os clubes de futebol e as emissoras de televisão (especialmente a Rede Globo) eram realizadas de forma individualizada. No entanto, em julho 1987, um grupo de clubes de futebol profissional⁴² fundou a União dos Grandes Clubes de Futebol Brasileiro (denominada "Clube dos 13"), entidade que tinha por objetivo defender os interesses políticos e econômicos de seus associados. O Clube dos 13 foi incumbido da negociação de direitos de transmissão de campeonatos de futebol com as emissoras de televisão. Ou seja, naquele momento, se optou por concentrar em uma única entidade a prerrogativa de negociação dos direitos televisivos dos clubes a ela associados⁴³. Entendeu-se que essa forma de negociação coletiva traria mais força de barganha aos clubes quando comparada às hipóteses de negociação individual.

2.1 Representações perante o Cade contra o modelo de negociação coletiva

Passado esse primeiro momento de organização (com a instituição do Clube dos 13), o modelo de negociação concentrada foi questionado perante o Cade em 2002, após representação formulada por procuradores daquela Autarquia⁴⁴. Os representantes vislumbraram na atuação do Clube dos 13 uma espécie de cartel, na medida em que se tratava de um bloco

⁴⁰ Disponível em: http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/eventos-e-coberturas/copa-do-mundo-do-mexico-1970/transmissao-e-cobertura.htm. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁴¹ Disponível em: http://memoriaglobo.globo.com/programas/esporte/telejornais-e-programas.htm. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁴² Originalmente, o Clube dos 13 era composto por Flamengo, Fluminense, Vasco, Botafogo, Santos, São Paulo, Palmeiras, Corinthians, Internacional, Grêmio, Atlético/MG, Cruzeiro e Bahia. Disponível em: https://oglobo.globo.com/esportes/clube-dos-13-foi-fundado-em-1987-para-negociar-direitos-de-transmissao-organizar-brasileiro-2819872. Acesso em: 5 set. 2018.

⁴³ Posteriormente, ingressaram no Clube dos 13 outros sete times, a saber: Atlético/PR, Coritiba, Goiás, Guarani, Portuguesa, Sport e Vitória.

⁴⁴ Cade, Processo Administrativo nº 08012.006504/1997-11, Relator Conselheiro César Costa Alves de Mattos. No curso do processo, Globo e Clube dos 13 apresentaram requerimentos para fins de celebração de termo de cessação de conduta (os quais foram autuados sob os nºs 08700.005044/2010-21 e 08700.005060/2010-13).

de pessoas jurídicas de direito privado (no caso, os clubes de futebol) organizado para efetivação da venda conjunta de direitos de transmissão dos jogos. O Cade concluiu, contudo, que o modelo de negociação dos direitos de transmissão dos eventos de futebol pode ser definido livremente pelas agremiações, vigorando um sistema de livre concorrência, cuja margem de conformação admitiria que os clubes se unissem para tal propósito. Até porque, diferentemente de que ocorre com outros setores econômicos, não seria viável cogitar da produção do produto "futebol" por um clube isolado⁴⁵, nos termos, aliás, já explicados em capítulo anterior deste artigo⁴⁶.

À luz desse entendimento, portanto, a Autarquia decidiu por não intervir no modelo adotado. Determinou, apenas, a celebração de um Termo de Compromisso de Cessação (um acordo formulado entre os investigados e o Cade) com o Clube dos 13 e a Rede Globo, em que se acordou a exclusão da cláusula de preferência para renovação dos contratos de transmissão do campeonato brasileiro de futebol⁴⁷.

2.2 Modelo de negociação individual dos clubes de futebol: desequilíbrio competitivo

Como se percebe, embora tenha determinado a realização de ajustes na modelagem contratual até então utilizada entre o Clube dos 13 e a Rede Globo, o fato é que o Cade validou o modelo de negociação coletiva de direitos de transmissão televisiva. No entanto, a despeito dessa conclusão, em 2011, os clubes passaram a negociar individualmente os seus respectivos direitos de transmissão com as emissoras de televisão. Ou seja, o futebol brasileiro deixou um modelo de negociação coletiva em prol de um modelo de negociação individual. Desde então, os clubes passaram a negociar os direitos televisivos direta e individualmente com a Rede Globo para abarcar dois períodos (dois triênios, na verdade): 2012 a 2015 e 2016 a 2018⁴⁸.

Essa mudança de panorama decorreu de uma quebra de sintonia entre alguns times e o Clube dos 13. Alguns times discordavam da forma de

⁴⁵ Para uma análise mais detida do precedente: MATTOS, César. Broadcasting Football Rights in Brazil: the case o Globo and "Club of 13" in the antitruste perspective. Est. Econ., São Paulo, v. 42, n. 2, p. 337-362, abr./jun. 2012.

⁴⁶ Disponível em: http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/dados/Lists/Pedido/Attachments/548903/RES-POSTA PEDIDO 08012.006504-1997-11.pdf. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁴⁷ Disponível em: http://www.consultaesic.cgu.gov.br/busca/dados/Lists/Pedido/Attachments/548903/RES-POSTA PEDIDO 08012.006504-1997-11.pdf. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁴⁸ Disponível em: https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/com-racha-no-clube-dos-13-record-desiste-de-proposta-de-transmissao-do-brasileiro-dymg1u72atm314t3apuoxj8lq./. Acesso em: 18 jan. 2019.

negociação (e dos valores) que estava sendo utilizada pela Associação para o quadriênio de 2012/2015. Na ocasião, a entidade lançou um edital com valor mínimo de R\$ 500 milhões para transmissão das partidas em TV aberta. A Rede Record se sagrou vencedora do certame, mas acabou por desistir de sua proposta após a constatação de que grande parte dos clubes havia optado por se desfiliar do Clube dos 13 e negociar os direitos de transmissão individualmente com a Rede Globo (o que afetaria a garantia para a emissora de que poderia transmitir todas as partidas dos campeonatos nacionais daqueles anos)⁴⁹. Os quatro grandes clubes do Rio de Janeiro apresentaram, em 23.02.2011, carta anunciando que negociaram as cotas televisivas em conjunto, e não mais por intermédio do Clube dos 13⁵⁰. Antes disso, o Corinthians já havia comunicado que não só negociaria de forma individual, como decidira se dissociar da entidade. A partir daí diversos outros clubes também decidiram romper com o Clube dos 13 e iniciar suas próprias negociações individuais⁵¹.

É possível observar a partir dessa mudança na forma de negociação (da coletiva para a individual) um marco significativo na disparidade entre os valores obtidos por cada clube que disputa a Séria A do Campeonato Brasileiro de Futebol. Para entender a disparidade, basta observar as divisões de cotas de televisão que foram realizadas nos dois triênios anteriores à mudança de formato (2006/2008 e 2009/2011) e compará-la com os dois períodos subsequentes (quadriênio de 2012/2015 e triênio de 2016/2018). As tabelas a seguir apresentam os dados de cada período de análise. Como se vê a seguir, no modelo de negociação realizado pelo Clube dos 13, havia uma concentração maior de times que faziam jus a um mesmo valor (exceção feita ao Santos). Nos triênios de 2006/2008 e 2009/2001 havia cinco clubes que recebiam o maior valor distribuído, ao passo que nos períodos seguintes (de negociação individual) o primeiro grupo é ocupado por ape-

⁴⁹ Disponível em: https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/com-racha-no-clube-dos-13-record-desiste-de-proposta-de-transmissao-do-brasileiro-dymg1u72atm314t3apuoxj8lq./>. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁵⁰ Disponível em: https://oglobo.globo.com/esportes/fla-flu-vasco-botafogo-anunciam-que-vao-negociar-em-con-iunto-direitos-de-transmissao-nao-2819863>. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁵¹ Disponível em: https://esporte.uol.com.br/artigo/flamengo-anuncia-acordo-com-rede-globo_14327.html. Acesso em: 18 jan. 2019; https://esporte.uol.com.br/artigo/flamengo-anuncia-acordo-com-rede-globo_14327.html. Acesso em: 18 jan. 2019; https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2011/03/02/gremio-oficia-liza-negociacao-individual-com-a-globo-mas-nao-saida-do-c13.jhtm. Acesso em: 18 jan. 2019.

nas dois clubes (Flamengo e Corinthians), além de que há um maior número de grupos.

TRIÊNIO 2006/2008 (NEGOCIAÇÃO COLETIVA) ⁵²		
Grupo de times	Valor distribuído	
Grupo 1 – Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco	R\$ 21 milhões/ano	
Grupo 2 – Santos	R\$ 18 milhões/ano	
Grupo 3 – Cruzeiro, Atlético/MG, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo	R\$ 15 milhões/ano	
Grupo 4 – Sport, Bahia, Vitória, Atlético/PR, Coritiba, Goiás, Guarani e Portuguesa	R\$ 11 milhões/ano	
Grupo 5 – Demais clubes	R\$ 3,4 milhões em 2006 e 5,5 milhões em 2007 e 2008	

TRIÊNIO 2009/2011 (NEGOCIAÇÃO COLETIVA) ⁵³		
Grupo de times	Valor distribuído	
Grupo 1 – Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco	R\$ 36 milhões/ano	
Grupo 2 – Santos	R\$ 20,6 milhões/ano	
Grupo 3 – Cruzeiro, Atlético/MG, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo	R\$ 20 milhões/ano	
Grupo 4 – Sport, Bahia, Vitória, Atlético/PR, Coritiba, Goiás, Guarani e Portuguesa	R\$ 13 milhões/ano	
Grupo 5 – Demais clubes	R\$ 5,5 milhões/ano	

QUADRIÊNIO 2012/2015 (NEGOCIAÇÃO INDIVIDUAL) ⁵⁴		
Grupo de times	Valor distribuído	
Grupo 1 – Flamengo e Corinthians	R\$ 110 milhões/ano	
Grupo 2 – São Paulo	R\$ 80 milhões/ano	
Grupo 3 – Vasco e Palmeiras	R\$ 70 milhões/ano	
Grupo 4 – Santos	R\$ 60 milhões/ano	
Grupo 5 – Cruzeiro, Atlético/MG, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo	R\$ 45 milhões/ano	
Grupo 6 – Coritiba, Goiás, Sport, Vitória, Bahia e Atlético/PR	R\$ 27 milhões/ano	
Grupo 7 – Atlético/GO, Figueirense, Náutico, Ponte Preta, Portuguesa e Criciúma	R\$ 18 milhões/ano	

⁵² Disponível em: http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2017/01/17/as-cotas-de-tv-no-brasileiro-de-2006-a-2017-com-fla-sport-nautico-e-santa/. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁵³ Disponível em: http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2017/01/17/as-cotas-de-tv-no-brasileiro-de-2006-a-2017-com-fla-sport-nautico-e-santa/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁵⁴ Disponível em: http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2015/12/06/a-distribuicao-dos-milhoes-de-reais-da-televisao-nas-series-a-e-b-de-2016/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

TRIÊNIO 2016/2018 (NEGOCIAÇÃO INDIVIDUAL) ⁵⁵		
Grupo de times	Valor distribuído	
Grupo 1 – Flamengo e Corinthians	R\$ 170 milhões/ano	
Grupo 2 – São Paulo	R\$ 110 milhões/ano	
Grupo 3 – Vasco e Palmeiras	R\$ 100 milhões/ano	
Grupo 4 – Santos	R\$ 80 milhões/ano	
Grupo 5 – Cruzeiro, Atlético/MG, Grêmio, Internacional, Fluminense e Botafogo	R\$ 60 milhões/ano	
Grupo 6 – Coritiba, Goiás, Sport, Vitória, Bahia e Atlético/PR	R\$ 35 milhões/ano	
Grupo 7 – Demais clubes: negociações anuais com as TVs, a depender da participação na primeira divisão do campeonato naquele ano		

Além da disparidade do número de clubes recebendo o mesmo valor entre os modelos de negociação, é preciso observar da tabela *supra* a diferença (*spread*) entre os valores recebidos pelos grupos com times identificáveis, o que talvez seja o ponto mais relevante para a análise que se faz no presente estudo. No caso do triênio 2006/2008, em que a negociação foi coletiva, o Grupo 1 (composto por Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco) fazia jus a uma distribuição anual de R\$ 21 milhões, ao passo que o Grupo 5 (Sport, Bahia, Vitória, Atlético/PR, Coritiba, Goiás, Guarani e Portuguesa) recebeu R\$ 11 milhões cada. A diferença é de aproximadamente 1,9 vezes. Essa diferença (observados os mesmos grupos de teste) no triênio 2009/2011 foi de aproximadamente 2,76. Já, no quadriênio 2012/2015, em que a negociação foi individual, a diferença entre os Grupos 1 e 6 (similar ao Grupo 4 utilizado no teste *supra*) foi de 4,07 vezes, ao passo que, no triênio 2016/2018, essa diferença subiu para aproximadamente 4,85 vezes.

Logo no início dos triênios mencionados anteriormente (promovidos já no curso do processo de negociação individual dos clubes), conforme visto antes ficou clara a disparidade entre os recebimentos dos clubes de futebol a título de cotas de transmissão de televisão, o que fez com que o Ministério Público Federal (MPF) apresentasse uma representação no Cade para discutir o modelo de negociação individual sob o aspecto concorrencial. O inquérito administrativo foi instaurado em 5 de dezembro de 2014⁵⁶. Segundo o *Parquet*, a negociação individualizada, na forma como vinha ocorrendo, acabaria por lesar a concorrência, frustrando a solidariedade

⁵⁵ Disponível em: https://www.gazetadopovo.com.br/blogs/blog-do-brasileirao/2018/03/01/brasileirao-2018-cota-de-tv-globo/>. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁵⁶ Ref. Nota Técnica nº 47/2015/CGAA/SGA1/SG/Cade.

desportiva nas relações estabelecidas entre os clubes e os veículos de comunicação. Com base nessas considerações, o MPF provocou o Cade para que considerasse como melhor alternativa o regresso ao modelo de negociação coletiva, o que beneficiaria a todos os *players* do setor (tais como clubes, espectadores, mídia, anunciantes e o mercado publicitário) – em detrimento do modelo de negociação individual hoje vigente, que consideraria apenas "critérios meramente mercadológicos", retirando o equilíbrio competitivo do tornejo.

O Cade entendeu, contudo, que não teria atribuição legal para intervir no modo como os clubes de futebol e as emissoras de televisão negociam os direitos televisivos das partidas de futebol profissional com o fito de reequilibrar a relação entre os times. E, para tanto, ele fez uma diferenciação relevante no sentido de que "uma competição desportiva e um maior nível de competitividade entre times praticando um esporte não deve se confundir com a concorrência entre a oferta de bens e serviços por agentes de mercado aos consumidores"⁵⁷. O escopo da atuação da Autarquia estaria, assim, apenas neste último aspecto, ao passo que a competição desportiva fugiria de suas atribuições, cabendo aos próprios clubes, associações, entidades desportivas ou, no limite, aos órgãos reguladores competentes definirem regras com essa pretensão. Essa foi uma das razões principais que justificou o arquivamento do processo administrativo⁵⁸.

Note-se, pois, que o Cade concluiu em ambos os precedentes referidos antes – ao menos sob a ótica de competitividade estritamente desportiva – pela impossibilidade de sua intervenção na definição do modelo de negociação das cotas de televisão. Isso decorre, justamente, das peculiaridades do setor desportivo, que destoam das regras usuais de competição aplicáveis aos demais mercados. Sem prejuízo, tal como a própria Autarquia sugere, há a possibilidade de que, dentro do setor futebolístico, sejam instituídas regras voltadas a equilibrar os torneios nacionais, as quais podem se originar dos próprios *players* do setor (tal como, aparentemente, a Rede Globo pretende realizar a partir de 2019) ou mesmo por intermédio de uma variedade de medidas regulatórias.

⁵⁷ Cf. Nota Técnica nº 47/2015/CGAA/SGA1/SG/Cade.

⁵⁸ Cf. Nota Técnica nº 47/2015/CGAA/SGA1/SG/Cade.

3 MODELOS DE DISTRIBUIÇÃO DE COTAS DE TRANSMISSÃO: BENCHMARKING INTERNACIONAL

Dos itens anteriores, parece claro que qualquer fator que crie um grave desequilíbrio entre os entes desportivos (ainda mais na proporção que vem se verificando futebol brasileiro) pode (e deve) ser corrigido, seja por intermédio de iniciativas dos próprios agentes do setor, seja por meio de medidas regulatórias adotadas pelas entidades responsáveis pela gestão do esporte. Os precedentes do Cade – em conjunto com uma análise dos dados pertinentes ao mercado brasileiro – indicam que uma solução coordenada entre os clubes de futebol não está descartada, vez que a natureza do mercado esportivo permite maior eficiência a partir de soluções coletivas.

No entanto, após a iniciativa de negociações individuais, que geraram as disparidades, os custos de transação envolvidos na construção de um modelo de negociação coletiva são muito altos, sendo necessária uma crise mais aguda para despertar um movimento de mudança, o que pode ser particularmente deletério para torcedores e patrocinadores em médio e longo prazos, mesmo porque o futebol nacional hoje é uma forma de entretenimento que compete com uma série de alternativas globais esportivas⁵⁹.

Esse temor parece ter conduzido a Rede Globo, maior detentora de direitos de transmissão do País, a anunciar que, a partir do Campeonato Brasileiro de Futebol deste ano de 2019, adotará um novo modelo de distribuição de cotas de televisão entre os clubes que disputam a primeira divisão do torneio⁶⁰. Ao contrário do que ocorria até então, a emissora carioca estipulou critérios objetivos com o alegado propósito de equilibrar os valores que são distribuídos a cada agremiação. Pautando-se em modelos já existentes em torneios de outros países europeus, a divisão passará a ser efetuada nos seguintes moldes: do montante total, uma fatia de 40% (quarenta por cento) deverá ser repartida igualitariamente aos clubes; um percentual de 30% (trinta por cento) será distribuído conforme a posição de cada clube

⁵⁹ Já há estudos que apontam que cada vez mais brasileiros torcem para times de futebol profissional estrangeiro, especialmente de grandes ligas europeias. Disponível em: . Acesso em: 18 jan. 2019. Mais do que isso, há também trabalhos em desenvolvimento que apontam para existência de jovens brasileiros que preferem times estrangeiros a times locais, o que pode vir a ser uma realidade cada vez mais presente no futuro. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/25/deportes/1527272042 988137.html>. Acesso em: 19 jan. 2019.

Outras referências: http://especiais.correiobraziliense.com.br/time-do-coracao; http://especiais.correiobraziliense.com.br/time-do-coracao; http://especiais.correiobraziliense.com.br/time-do-coracao; http://especiais.com.br/time-do-coracao; <a href="htt

⁶⁰ Divisão similar foi adotado na segunda divisão do campeonato brasileiro de futebol em função de um acordo negociado pelo Conselho de Clubes. Disponível em: https://globoesporte.globo.com/futebol/brasileirao-serie-b/noticia/conselho-de-clubes-define-divisao-igual-de-dinheiro-aos-clubes-da-serie-b-2018.ghtml>. Acesso em: 5 set. 2018.

no torneio do ano anterior; e o importe restante de 30% (trinta por cento) será divido proporcionalmente ao nível de audiência que cada agremiação proporcionar nas transmissões de suas partidas⁶¹.

Em função desse movimento, é interessante avaliar as medidas que foram adotadas, para entender o processo utilizado (se a redistribuição se deu por meio de negociação coletiva ou por meio legislativo) e também os resultados preliminares atingidos a partir da redistribuição dos valores das cotas. Para fins de realização deste estudo, se optou por analisar as quatro principais ligas de futebol profissional europeu, conforme estudo realizado pela Deloitte⁶² (com base em critério financeiro), a saber: campeonato inglês (Premier League), campeonato italiano (Calccio), campeonato espanhol (La Liga) e campeonato alemão (Bundesliga). A pesquisa perpassa os seguintes pontos: (i) identificação de como surgiu a regra (se por intermédio de autorregulação ou medidas adotadas pelo Estado); (ii) no que consiste a regra; e (iii) exemplo prático da consequência da regra (isto é: diferença de percentual financeiro entre os clubes que disputam o mesmo torneio).

Quanto ao mercado europeu, vale um pequeno aparte preliminar. A partir da década de 1980, a ascensão das plataformas de televisão por assinatura mudou drasticamente a economia política do futebol europeu. A transmissão ao vivo dos esportes passou a ser um ativo importante para as emissoras de televisão fechadas. Como resultado da intensificação da luta pelos assinantes entre os operadores de plataforma, os direitos de transmissão para cobertura esportiva exclusiva foram consideravelmente inflados, aumentando os valores para os clubes de futebol⁶³. Com isso, a economia do futebol foi radicalmente reformulada e os clubes passaram a ficar altamente dependentes dessa fonte de recursos. E, tal como se verifica no Brasil atualmente, em todos esses países, nomeadamente Itália, Inglaterra, Alemanha, França e Espanha, em medidas e tempos distintos, o regulador (ou a própria liga em determinados casos) verificou que a televisão era a principal fonte de custeio dos clubes e, por consequente, o principal foco de desequilíbrio⁶⁴. Em média, conforme estudo realizado pela Deloitte em

⁶¹ Disponível em: https://infograficos.gazetadopovo.com.br/esportes/projecao-da-cota-de-tv-aberta-no-brasi-leirao-2019/>. Acesso em: 5 set. 2018.

⁶² Disponível em: https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/annual-review-of-football-finance.html. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁶³ ROTONDO, Filippo. Sports Broadcasting: Balancing with the principles of the EU Single Market and Future Perspectives. *MIPLC Master Thesis Series*, p. 3, 2014-2015. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2773586>. Acesso em: 11 jan. 2019.

⁶⁴ Idem, ibidem.

2018, os vinte maiores clubes europeus têm aproximadamente 45% (quarenta e cinco por cento) de suas rendas oriundas da negociação dos direitos de televisão⁶⁵:

3.1 DISTRIBUIÇÃO DE COTAS DE TELEVISÃO NO CAMPEONATO INGLÊS: AUTORREGULAÇÃO DE REGRAS DE EQUILÍBRIO COMPETITIVO

O campeonato inglês serve como exemplo mais concreto de preocupação com equilíbrio competitivo desde a fundação da Premier League, em 1992, tendo sido a respectiva regra de distribuição do dinheiro das quotas de televisão uma iniciativa dos próprios clubes. Aliás, desde o seu início, a Premier League possui o mesmo formato de distribuição de cotas de transmissão⁶⁶, se organizando da seguinte forma: (a) 50% (cinquenta por cento) divididos igualitariamente entre todas as entidades de prática desportiva participantes do campeonato; (b) 25% (vinte e cinco por cento) divididos com base na classificação final da temporada anterior; e (c) 25% (vinte e cinco por cento) divididos de forma proporcional ao número de jogos transmitidos na televisão. Existem, portanto, elementos de base (com 50% dos valores iguais a todos), de mérito competitivo (resultado da temporada anterior) e de audiência na distribuição do conteúdo esportivo.

No campeonato inglês de 2017-2018, a divisão de verbas se deu da seguinte forma⁶⁷: (i) em relação à colocação dos clubes no campeonato, cada agremiação recebeu 1.931.268 libras esterlinas por colocação na tabela, o que resultou em tal montante para o vigésimo e último colocado (West Bromwich) e em 20 vezes esse valor para o primeiro colocado (Manchester City); (ii) em relação ao número de vezes em que os jogos de cada clube foram transmitidos ao vivo na televisão, todos os clubes receberam o valor mínimo de 12.312.666 libras esterlinas e, eventualmente, o montante adicional de 1.129.879 libras esterlinas para cada jogo ao vivo transmitido a partir da décima transmissão ao vivo; e (iii) cada agremiação recebeu, igualitariamente, 31.812.558 libras esterlinas, verba proveniente das transmissões televisivas domésticas, mais 40.771.108 libras

Disponível em: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>. Acesso em: 5 set. 2018.

⁶⁶ Disponível em: https://www.totalsportek.com/money/premier-league-tv-rights-deals-history-1992-2019/.
Acesso em: 22 jan. 2019.

⁶⁷ Disponível em: https://www.totalsportek.com/money/premier-league-tv-rights-money-distribution/. Acesso em: 22 jan. 2019.

esterlinas, referentes às transmissões televisivas internacionais, e, por fim, mais 4.838.892 libras esterlinas, advindas de exploração comercial (por exemplo, patrocinadores).

Considerada somente a verba relativa à colocação dos clubes na tabela final do campeonato, o montante destinado ao primeiro colocado é vinte vezes maior do que o último. Em termos práticos, a diferença entre o primeiro colocado e o último foi de 36.694.092 libras esterlinas. No entanto, em relação ao total arrecadado, o primeiro lugar na destinação das verbas foi o Manchester United (que, apesar de ter ficado em segundo lugar no campeonato, teve o maior número de jogos transmitidos ao vivo, conseguindo ultrapassar, em termos remuneratórios, o campeão Manchester City), que recebeu 149.767.145 libras esterlinas, ao passo que o clube com menor arrecadação foi o West Bromwich, com 94.666.492 libras esterlinas. Isso resulta em uma diferença de 55.100.653 libras esterlinas; em outras palavras, o campeão de arrecadação ganhou, no total, aproximadamente 1,58 vezes o menor valor destinado a um clube⁶⁸.

Os resultados sempre têm que ser comparativos em relação a outros campeonatos de países distintos, já que a medida de equilíbrio competitivo é sempre um fator relativo. Assim, em comparação com outros campeonatos europeus relevantes, é possível identificar uma alternância muito maior no campeonato inglês. A título de exemplo, considerando o período de 10 anos, houve quatro campeões diferentes (Chelsea Football Club – 2009/2010, 2014-2015 e 2016/2017; Manchester United Football Club – 2008/2009, 2010/2011 e 2012/2013; Manchester City Football Club – 2011/2012, 2013/2014 e 2017/2018; Leicester City Football Club – 2015/2016). Além de haver maior variedade de vencedores (quatro) entre os principais campeonatos europeus, não há uma concentração tão excessiva em uma única agremiação como vencedora dos campeonatos, ao contrário do verificado nos demais exemplos, em que uma única agremiação conquistou sete campeonatos em um espaço de dez anos (Itália, Espanha e Alemanha).

⁶⁸ A tabela foi extraída do seguinte endereço: https://www.totalsportek.com/money/premier-league-prize-money/. Acesso em: 22 jan. 2019.

3.2 DISTRIBUIÇÃO DE COTAS DE TELEVISÃO NO CAMPEONATO ITALIANO: SOLUÇÃO LEGISLATIVA PARA REGRAS DE EQUILÍBRIO COMPETITIVO

O tradicional futebol italiano tem sua história marcada pelo grande desequilíbrio financeiro entre seus clubes⁶⁹. Em razão dos custos de transação envolvidos, uma solução autorregulatória seria difícil ou mesmo impossível de ocorrer. Tal quadro motivou uma intervenção estatal no início do século XXI, viabilizando um modelo de negociação coletiva com regras estabelecidas para uma divisão mais equânime dos recursos. Isso se deu por meio da chamada Lei Melandri (*Decreto Legislativo 9 gennaio 2008,* n° 9)⁷⁰, que dispõe sobre a titularidade e a comercialização dos direitos audiovisuais esportivos, bem como trata da distribuição dos recursos financeiros deles oriundos.

A norma veio a ser implementada pelo Ministério do Esporte daquele país e resultou na seguinte distribuição de receitas⁷¹: a) 40% (quarenta por cento) dos recursos passaram a ser divididos igualitariamente entre todas as entidades de prática desportiva participantes do campeonato; b) 30% (trinta por cento) do montante total passou a ser rateado conforme o desempenho histórico no campeonato (mérito desportivo – 15% conforme o desempenho nos últimos 5 anos; 10% conforme desempenho histórico além dos últimos 5 anos; e 5% conforme a posição no último campeonato disputado); e c) 30% (trinta por cento) dos recursos passaram a ser divididos à luz do tamanho das torcidas (25% de acordo com a base de apoio de todo clube medida por meio de pesquisas contratadas, número de sócios filiados ao clube, frequência nos estádios, ingressos vendidos, etc.; 5% de acordo com a população da área na qual o clube se situa)⁷².

Para a temporada de 2017/2018, a Juventus, que foi o clube mais bem posicionado, recebeu um total de 107 milhões de euros. Dessa quantia, apenas 18,5 milhões corresponde à divisão igualitária de 40% do valor total arrecadado, o que talvez explique a discrepância entre o clube de Turim e o último colocado na tabela de divisão de cotas televisivas (Bene-

⁶⁹ Uma forma de se verificar tal disparidade pode ser percebida pelas contratações de jogadores de alto valor de mercado, cuja lista se concentrada, com algumas exceções, nos três principais times italianos. A propósito, confira-se: https://trivela.com.br/historia-do-futebol-italiano-contada-por-suas-15-principais-transferencias/. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁷⁰ Disponível em: http://www.agcm.it/component/joomdoc/normativa/concorrenza/Dlgs9-2008.pdf/download.html

⁷¹ Disponível em: https://www.totalsportek.com/football/italian-serie-a-tv-rights-money-distribution/>.

⁷² Referida tabela foi extraída do seguinte endereço: http://www.calcioefinanza.it/2018/02/06/ripartizione-diritti-tv-serie-a-2018-2021-mediapro/. Acesso em: 11 jan. 2019.

vento), que arrecadou 24,2 milhões de euros na mesma temporada. Veja-se que este último clube recebeu apenas 5,7 milhões de euros além do valor da cota mínima. Comparando-se os valores totais, a quantia recebida pela Juventus corresponde a aproximadamente 4,3 vezes o valor recebido pelo Benevento.

Em que pesem os esforços, tal repartição, ainda assim, sofreu diversas críticas no que concerne à sua real efetividade para fins de equilibrar a disputa entre os clubes que disputam a Série A do *Calcio*⁷³. E o principal enfoque dessas críticas está no fato de que não se consumou alteração substancial quanto aos times que conseguiram vencer o torneio. Veja-se que, das nove edições ocorridas desde a intervenção estatal até o presente momento, a Juventus Football Club, de Turim, sagrou-se vencedora em sete ocasiões (as últimas sete, por sinal), ao passo que os dois outros títulos restantes foram conquistados pelo Football Club Internazionale Milano e pela Associazione Calcio Milan. Tais clubes são, historicamente, os maiores campeões daquele país⁷⁴. Assim, ao menos quanto à perspectiva de quem foi o efetivo campeão do torneio, a Lei Melandri não surtiu o efeito pretendido durante os nove anos de sua vigência⁷⁵.

Por essa razão, em 2017, a norma foi alterada por proposta do Ministro do Esporte na parte específica que trata da forma de distribuição dos recursos. O objetivo do Ministro foi aproximar a sistemática italiana ao modelo vigente na Liga Inglesa de futebol (visto anteriormente). Um dos principais pontos de ajustes se deu quanto à confiabilidade do critério "tamanho da torcida", que era um dos principais alvos de crítica da sistemática anterior⁷⁶. Pela nova divisão (aplicável para o período compreendido entre 2018 a 2021), do montante total disponível, 50% será divido igualmente entre os clubes (antes, 40%). De outro lado, o peso dos torcedores diminuirá (de 30% para 20%), enquanto que o peso da performance esportiva no último campeonato vai crescer (de 5% para 15%). Por fim, serão diminuídos os pesos da história do clube – relativos ao desempenho esportivo histórico (de

⁷³ Disponível em: . Acesso em: 18 jan. 2019.

⁷⁴ Disponível em: https://www.futebolstats.com.br/maiores-campeoes-do-campeonato-italiano-1034/. Acesso em: 18 jan. 2019.

⁷⁵ Disponível em: . Acesso em: 11 jan. 2019.

⁷⁶ Disponível em: https://www.sporteconomy.it/diritti-tv-lotti-decreto-ministeriale-spedisce-soffitta-la-legge-melan-dri/. Acesso em: 11 jan. 2019.

10% para 5%) e de suas conquistas nos últimos cinco anos (de 15% para 10%).

Dessa forma, se antes a discrepância entre o maior destinatário das verbas e o menor era de 83,1 milhões de euros (aproximadamente 4,3 vezes), para as temporadas de 2018 a 2021, tal diferença diminuirá, ao menos pela projeção, para 54,5 milhões de euros. Na prática, pois, o primeiro colocado receberá 2,49 vezes, aproximadamente, a mais do que o último clube da tabela de divisão.

3.3 DISTRIBUIÇÃO DE COTAS DE TELEVISÃO NO CAMPEONATO ESPANHOL: TENTATIVA REGULATÓRIA PARA REDUZIR A DISPARIDADE HISTÓRICA DO TORNEIO

O campeonato espanhol é considerado um dos menos equilibrados do continente europeu, o que se reflete na concentração de títulos em dois clubes (do que é exemplo a tabela apresentada anteriormente relacionada aos últimos 10 anos do torneio). Com vistas a reduzir essa disparidade, se editou o Real Decreto-Ley nº 05/2015, que determinou que a negociação das cotas televisivas deveria passar a ser feita de forma coletiva, e não mais individualmente, observando-se certos critérios de distribuição⁷⁷. A opção por um modelo legislativo decorre, provavelmente, dos altos custos de transação que uma medida autorregulatória demandaria em um ambiente em que a disparidade já era grande. Segundo a Exposição de Motivos do ato normativo, o funcionamento "instável e fragmentado" do modelo anterior de livre negociação individual entre os agentes para a venda de direitos audiovisuais resultou em problemas estruturais do sistema que explicaria o motivo pelo qual o resultado financeiro para os clubes é significativamente menor do que o esperado para o campeonato espanhol, ressaltando, ainda, que o modelo anterior gerou um grande desequilíbrio de renda entre os times.

O art. 5º do *Real Decreto-Ley* prevê que 90% dos direitos será destinado aos clubes da primeira divisão, ao passo que os 10% restantes serão endereçados às agremiações que disputam a segunda divisão da liga. Em seguida, estabelece uma divisão igualitária entre os clubes, a qual deverá corresponder, na primeira divisão, a 50% do montante total, distribuindo o restante da seguinte forma: (i) metade de acordo com a performance

⁷⁷ Disponível em: <.https://www.boe.es/boe/dias/2015/05/01/pdfs/BOE-A-2015-4780.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2019.

dos clubes nas últimas cinco temporadas, com pesos maiores atribuídos às competições mais recentes; e (ii) a outra metade de acordo com o critério denominado "implantação social", em que um terço da avaliação desse critério é determinado pela arrecadação e bilheteria média dos últimos cinco temporadas e os outros dois terços pela participação na geração de recursos para a comercialização de emissões de televisão.

Conforme se verifica da distribuição de receitas da temporada 2016/2017, o Barcelona foi o time que mais recebeu verbas da televisão: 146,2 milhões de euros. Os clubes que menos receberam foram Club Desportivo Leganes e Desportivo Alaves (ambos recém-promovidos da segunda divisão): 39,3 milhões de euros cada. A diferença entre tais clubes é de aproximadamente 3,7 vezes⁷⁸. Para se ter uma dimensão comparativa, na temporada 2015/2016 (antes da implementação do novo marco normativo), o Barcelona fez jus a uma quota televisiva de 145.500.000 euros, ao passo que o último colocado da tabela de distribuição – Granada – recebeu 19.500.000. Uma diferença (*spread*) de aproximadamente 7,46⁷⁹.

3.4 DISTRIBUIÇÃO DE COTAS DE TELEVISÃO NO CAMPEONATO ALEMÃO: AUTORREGULAÇÃO PROMOVIDA COM OBJETIVO DE NIVELAR O TORNEJO

Tal como os campeonatos italiano e espanhol, a Bundesliga também é caracterizada por um domínio de apenas um time (o Bayern de Munique). Como se observa da tabela apresentada antes, o Bayern foi o vencedor de 7 dos últimos 10 torneios disputados na Alemanha. Diante desse desnível, e ainda que já houvesse critérios de distribuição antes, a *Deutsche Fußball Liga* (DFL), entidade responsável pela organização do campeonato, anunciou no final de 2016 um novo modelo de divisão de cotas de televisão válido para as temporadas de 2017/18 até 2020/21⁸⁰.

O novo modelo consiste na adoção de quatro critérios: (i) 70% da receita nacional é distribuída de acordo com o desempenho dos times nos últimos cinco anos. As cinco temporadas anteriores são avaliadas na proporção 5:4:3:2:1, começando pela temporada mais recente. Como era feito no sistema anterior, o time da Bundesliga que obtiver a maior pontuação

⁷⁸ Disponívelem: . Acesso em: 18 jan. 2019.

⁷⁹ Disponível em: http://financefootball.com/2016/02/24/direitos-televisivos-da-liga-espanhola/. Acesso em: 22 jan. 2019.

⁸⁰ Disponível em: https://www.dfl.de/de/hintergrund/vermarktung/dfl-medienerloes-verteilung/. Acesso em: 18 jan. 2019.

receberá 5,8% da receita e o último 2,9%; (ii) 5% da receita é destinada à chamada "sustentabilidade esportiva": trata-se de uma avaliação dos últimos 20 anos. Diferentemente do primeiro critério, todas as temporadas são avaliadas com o mesmo peso. Além disso, a avaliação das duas divisões é feita em conjunto (em um *ranking* de 36 participantes, que engloba as duas divisões do torneio). Além disso, (iii) há um critério destinado à promoção de jovens talentos: 2% da receita nacional é distribuída de maneira proporcional de acordo com os minutos jogados por jogadores abaixo de 23 anos na temporada atual. E, por fim, 23% da receita são distribuídos a partir de uma avaliação dos últimos cinco anos na proporção 5:4:3:2:1, começando pela temporada mais recente. Diferentemente do primeiro critério, contudo, a pontuação é baseada em um *ranking* de 36 participantes (os 16 times da Bundesliga e os 16 times da 2º Bundesliga). Os seis times que obtiverem as maiores pontuações receberão o mesmo valor.

Conforme se extrai dos dados disponíveis relacionados à temporada 2018/2019, o Bayern de Munique recebeu um total de aproximadamente 126 mil euros, ao passo que o Fortuna Dusseldorf (último colocado na tabela de distribuição de cotas televisivas) faz jus a um percentual de aproximadamente 49 mil euros. A diferença entre os dois, pois corresponde a um *spread* de aproximadamente 2,5781.

CONCLUSÃO

Do presente artigo é possível extrair algumas lições que são e serão importantes para o desenvolvimento do esporte no País, para o que é necessário entender as suas peculiaridades e os desafios. O principal diferencial do esporte está no fato de que os clubes necessitam uns dos outros para que os campeonatos sejam atrativos aos olhos dos torcedores. Ou seja, algum grau de coordenação é eficiente. Isso difere substancialmente de outros setores, em que as empresas buscam justamente eliminar os seus concorrentes mais fracos. Mas não só. É necessário – imprescindível – que haja algum grau de imprevisibilidade dos resultados, sob pena de se desestimular o interesse dos torcedores, situação que somente surge a partir de uma relação de equilíbrio competitivo.

A mudança de paradigma em questão traz à tona uma discussão bem mais profunda quanto à conveniência – quiçá necessidade – de se instituí-

⁸¹ Disponível em: http://www.fernsehgelder.de/2018-19/ranking/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

rem regras voltadas à manutenção de certo equilíbrio competitivo no âmbito dos torneios desportivos. Com efeito, diferentemente do que ocorre na maioria dos setores econômicos, a noção de concorrência no esporte é atípica e demanda, por vezes, a adoção de medidas heterodoxas. É até mesmo possível extrair-se da literatura econômica relacionada ao esporte que determinado grau de coordenação pode ser recomendado para fins de equilíbrio dos potenciais de competitividade dos participantes de uma disputa.

Existem diversas alternativas disponíveis para criar condições ideais que permitam uma disputa equilibrada entre atletas ou clubes que competem em um mesmo torno. Entre as opções disponíveis, é possível discutir a criação de tetos salariais (*salary caps*) ou regras de contratação de jogadores (como ocorre no modelo de *draft* próprio dos esportes estadunidenses), entre outras medidas. No entanto, como medida basilar que consubstancia o equilíbrio competitivo entre clubes de futebol, é necessário abordar as regras de divisão de cotas de televisão, já que elas representam praticamente metade das receitas registradas pelos times, não apenas no Brasil, mas nas principais ligas europeias.

A título ilustrativo, cabe mencionar que em certas ligas desportivas a negociação das cotas de televisões é realizada de forma unificada por uma associação que representa o conjunto dos entes desportivos contendentes. Entende-se que há, nesses casos, tanto um ganho de eficiência (pois o torneio como um todo se traduziria em um ativo econômico de maior valor agregado) quanto uma redução de custos de transação (já que a negociação constituiria uma só operação, sem os inconvenientes de eventual pulverização dos acordos por cada partida e por cada agremiação de forma individualizada). No entanto, parece que a solução autorregulatória somente surge quando a posição dos clubes envolvidos é relativamente paritária, o que ocorreu, por exemplo, no surgimento da Premier League e também, em certa medida, na formação da Copa União em 1987.

Soluções legislativas, como a italiana ou a espanhola, ou mesmo iniciadas por meio da própria emissora com quem se debatem as cotas de transmissão, caso brasileiro recente, podem suprir, ao menos parcialmente, a ausência de incentivo para autorregulação. Isso ocorre, sobretudo, em função da potencial perda de atratividade do produto (campeonato desequilibrado por recorrentes temporadas). No entanto, embora seja possível especular, não é possível prever de antemão o resultado das novas regras a serem utilizadas no Brasil, sobretudo em função dos seguintes elementos:

(i) grau de governança dos clubes envolvidos (eficiência de gestão dos recursos do clube); (ii) grau de alavancagem dos clubes envolvidos; (iii) investimento na base de formação de jogadores (como forma de gerar receitas não recorrentes); (iv) programas de sócio torcedor; e (v) detenção de infraestrutura (estádios, centros de treinamento, etc.), entre inúmeros outros fatores que podem alterar o quadro de receitas de um time de futebol.

De qualquer maneira, já é possível verificar uma tendência para que parcelas substantivas das cotas sejam distribuídas de forma equânime entre os clubes que disputam um mesmo campeonato de futebol: o exemplo recente italiano aprofunda essa tendência. Aliás, o exemplo italiano também sinaliza um outro ponto bastante relevante, consistente na necessidade de reavaliação do resultado competitivo das regras estabelecidas, abrindo espaço para mudanças voltadas a estabelecer maior equilíbrio competitivo. Quanto maior o desequilíbrio gerado anteriormente nas competições esportivas (mais uma vez, o exemplo italiano é relevante), maior atenção para medidas equitativas é necessária.

Por conta dos fatores anteriormente tratados, não é possível prever hoje se a nova redistribuição a ser viabilizada pela Globo irá promover de forma eficiente o equilíbrio competitivo nos campeonatos transmitidos, até mesmo porque uma distribuição mais equitativa de cotas televisas talvez não seja suficiente para corrigir o desequilíbrio competitivo, não se devendo excluir regulações alternativas ou mesmo sobrepostas, como ocorre nos Estados Unidos em diversos esportes. De qualquer forma, o peso atual das receitas das cotas de transmissão é tão relevante que certamente gerará algum efeito na direção de um maior equilíbrio competitivo. Isso naturalmente não exclui a necessidade de constantemente rever essas regras para buscar mais equilíbrio, o que é uma tendência global regulatória, tendo em vista o efeito gerado a partir desse resultado, aumentando o interesse de torcedores e patrocinadores, sobretudo ao se levar em consideração a inserção cada vez mais forte e difundida do streaming, inclusive via redes sociais, o que também pode gerar reformulações no modelo de distribuição de quotas de televisão.

RFFFRÊNCIAS

AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P. As leis econômicas e o futebol: a estrutura do novo negócio. In: AIDAR, A. C. K.; LEONCINI, M. P.; OLIVEIRA, J. J. de (Org.). *A nova gestão do futebol*. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

AMORIM FILHO, Manoel Henrique de; SILVA, José Antônio Felgueiras da. A gestão dos clubes de futebol – Regulação, modernização e desafios para o esporte no Brasil. *Revista Interesse Nacional*, ano 5, n. 18, jul./set. 2012.

BORLAND, Jeffery; MACDONALD, Robert. Demand for Sport. *Oxford Review of Economic Policy*, v. 19, n. 4, 2003.

GRATTON, C.; SOLBER, H. A. *The Economics of Sports Broadcasting*. London: Routledge, 2007.

GROW, Nathaniel. There's no "I" in League: professional sports leagues and the single. *Michigan Law Review*, v. 105, n. 183, 2005.

HOYE, R.; SMITH, A.; WESTERBEEK, H. et al. *Sport Management*: Principles and Application. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006.

KOLLER, Dionne L. Putting Public Law into "Private" Sport. *Pepperdine Law Review*, v. 43, n. 681, 2016.

MATTOS, César. Broadcasting Football Rights in Brazil: the case o Globo and "Club of 13" in the antitruste perspective. *Est. Econ.*, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 337-362, abr./jun. 2012.

MITTEN, Matthew J.; BURTON, Bruce W. Professional Sports Franchise relocations from private law and public law perspectives: balancing marketplace competition, league autonomy, and the need for a level playing field. *Maryland Law Review*, v. 56:57, 1997.

NEALE, Walter C. The peculiar economics of professional sports: a contribution to the theory of the firm in Sporting competition and in Market competition. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 78, n. 1, fev. 1964.

NOLL, Roger G. Broadcasting and Team Sports. *Scottish Journal of Political Economy*, Discussion Paper, n. 6-16, p. 1, February 2007. Disponível em: https://pennstatelaw.psu.edu/_file/Sports%20Law%20Policy%20and%20Research%20 Institute/noll%20broadcasting%20and%20team%20sports.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2019.

ROTONDO, Filippo. Sports Broadcasting: Balancing with the principles of the EU Single Market and Future Perspectives. *MIPLC Master Thesis Series*, 2014-2015. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2773586. Acesso em: 11 jan. 2019.

SMITH, Aaron C. T.; STEWART, Bob. The special features of sports: a critical revisit. *Sport Management Review*, Elsevier, v. 13, n. 1, fev. 2010. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441352309000692. Acesso em: 11 jan. 2019.

SMITH, Paul; EVENS, Tom; IOSIFIDIS, Petros. The regulation of television sports broadcasting: a comparative analysis. *Media, Culture & Society*, 37(5), p. 14,

2015. Disponível em: http://openaccess.city.ac.uk/8216/1/The%20regulation%20 of%20television.pdf>.

SZYMANSKI, Stefan. Uncertainty of outcome, competitive balance and the theory of team sports. In: ANDREFF, Wladimir; SZYMANSKI, Stefan (Ed.). Handbook on the Economics of Sport. Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2006.

Data de submissão: 23.01.2019 Data de aceite: 08.07.2019