

Direitos de transmissão dos jogos no Brasil: a “lei do mandante” e a emergência de novas mídias no consumo do futebol

RESUMO

Desde a década de 1980, os repasses por direitos de transmissão dos jogos de futebol representam parcela importante das finanças dos clubes brasileiros. Nas negociações para o período de 2019-2024, o ingresso do canal Esporte Interativo, da estadunidense Turner, alterou o modelo e os valores dos acordos. Porém, com a crise sanitária global provocada pelo surto de um novo coronavírus, em 2020, os mais variados negócios foram impactados pelas restrições de circulação de público, incluindo as atividades ligadas ao futebol. Deste modo, este artigo teve como objetivo identificar algumas das transformações nas relações do futebol nacional com os meios de comunicação, incluindo o debate acerca da nova “Lei do Mandante”, aprovada em 2021. Com base em revisão de literatura narrativa e coleta de dados em sites diversos, os resultados apontam para o crescimento do uso de novas plataformas de mídia associado a mudanças da legislação esportiva brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Esportes; Mídias; Coronavírus; Torcedor; Consumidor

Patrícia Volk Schatz

Doutora em Geografia
Universidade Federal de Santa Catarina,
Departamento de Geociências, Florianópolis,
Brasil

paty_schatz@yahoo.com.br

<https://orcid.org/0000-0001-7561-729X>

Broadcast rights for games in Brazil: the "mandante's law" and the emergence of new media in football consumption

ABSTRACT

Since the 1980s, transfers for broadcasting rights for football matches represent an important part of the finances of Brazilian clubs. In the derivations for the period 2019-2024, the entry of the Esporte Interativo channel, by the American Turner, changed the model and values of the agreements. However, with a global health crisis caused by the outbreak of a new coronavirus in 2020, the most varied businesses were impacted by restrictions on public circulation, including activities related to football. Thus, this article aimed to identify some of the transformations in the relationship between national football and the media, including the debate on the new "Mandante Law", approved in 2021. Based on a narrative literature review and data collection on different websites, the results point to the growth in the use of new media platforms associated with changes in Brazilian sports legislation.

KEYWORDS: Sports; Media; Coronaviruses; Fan; Consumer

Derechos de retransmisión de juegos en Brasil: la "ley de mandante" y la aparición de nuevos medios en el consumo de fútbol

RESUMEN

Desde la década de 1980, las transferencias de derechos de transmisión de partidos de fútbol representan una parte importante de las finanzas de los clubes brasileños. En las derivaciones para el período 2019-2024, la entrada del canal Esporte Interativo, por parte de la American Turner, cambió el modelo y valores de los acuerdos. Sin embargo, con una crisis de salud global provocada por el brote de un nuevo coronavirus en 2020, los negocios más variados se vieron afectados por las restricciones a la circulación pública, incluidas las actividades relacionadas con el fútbol. Así, este artículo tuvo como objetivo identificar algunas de las transformaciones en la relación entre el fútbol nacional y los medios de comunicación, incluido el debate sobre la nueva "Ley Mandante", aprobada en 2021. Con base en una revisión de la literatura narrativa y la recopilación de datos en diferentes sitios web, los resultados apuntan al crecimiento en el uso de las nuevas plataformas de medios asociados con los cambios en la legislación deportiva brasileña.

PALABRAS-CLAVE: Deportes; Medios de comunicación; Coronavirus; Admirador; Consumidor

INTRODUÇÃO

Da Inglaterra urbano-industrial do século XIX, surgiu o esporte mais popular do mundo – o futebol. A formatação das regras dos jogos também acompanhou mudanças nas relações econômicas, sociais e culturais oriundas das próprias transformações do trabalho quando os proletários incorporam a prática entre suas atividades de lazer e recreação. Da mesma forma, cabe destacar o surgimento de times de trabalhadores apoiados por empresários e proprietários de fábricas.

Já no começo do século XX, o futebol assumia características de um negócio potencialmente lucrativo. Na Inglaterra, as primeiras transferências de jogadores e os investimentos em equipamentos esportivos contribuíram para a promoção dos jogos como grandes espetáculos (PRONI, 2000).

Ademais, a expansão horizontal do imperialismo inglês possibilitou a divulgação do futebol em escala global. Na América do Sul, os egressos das universidades europeias e as instituições de ensino desempenharam papel importante no processo de dispersão da modalidade esportiva em países como a Argentina, o Uruguai e o Brasil (LEVER, 1983; CALDAS, 1990; RAVENEL, 1998; MASCARENHAS, 2001; SANTOS NETO, 2002; FRANCO JUNIOR, 2007; FRYDENBERG, 2011).

A partir deste processo de expansão do esporte bretão, as possibilidades de exploração econômico-comercial sobre a modalidade foram diversificadas. Destaca-se que a cadeia produtiva do futebol envolve variados setores desde as entidades oficiais (confederações, federações estaduais), até governos, clubes, patrocinadores, fornecedores, grupos de mídia e torcedores. Dentre as atividades envolvidas com a reprodução do futebol-negócio estão o patrocínio esportivo, o licenciamento de marca, a negociação de jogadores e a comercialização dos direitos de transmissão dos jogos.

O potencial econômico do futebol se revela nos dados de faturamento. No caso brasileiro, essa indústria do entretenimento teve participação de 0,72% no PIB nacional de 2018 (CBF, 2019). No mesmo ano, o total movimentado pela cadeia produtiva do futebol atingiu R\$ 52,9 bilhões, incluindo R\$ 3,34 bilhões pagos em salários e encargos sociais, e ainda, R\$ 761 milhões arrecadados em impostos (CBF, 2019). Segundo relatório da CBF (2019), foram 156 mil empregos gerados pelo futebol em 2018.

Ademais, as receitas do futebol brasileiro passaram de R\$ 5,7 bilhões, em 2018, para R\$ 6,8 bilhões no ano de 2019, um crescimento de 18% (SPORTS VALUE, 2020a)¹. Ganhos com direitos

¹ Um estudo da Sports Value (2020) enfatizou o desempenho de alguns clubes nacionais. O Clube de Regatas do Flamengo registrou receitas de R\$ 543 milhões, em 2018, e ganhos de R\$ 950 milhões no ano de 2019, um aumento de 75%. Em 2019, a Sociedade Esportiva Palmeiras alcançou receitas de R\$ 641 milhões, o SC Internacional rendimentos de R\$ 441,3 milhões e o Grêmio FBPA receita de R\$ 440 milhões (SPORTS VALUE, 2020a). Os 16 clubes com maiores receitas em 2019 (em R\$ milhões), foram: Clube de Regatas do Flamengo (R\$ 950 milhões); Sociedade Esportiva Palmeiras (R\$ 641 milhões); SC Internacional (R\$ 441,3 milhões); Grêmio FBPA (R\$ 440 milhões); SC Corinthians Paulista (R\$ 426,4 milhões); Santos FC (R\$ 399,8 milhões); São Paulo FC (R\$ 398,0 milhões); Club Athletico Paranaense (R\$ 390,2 milhões); Cruzeiro EC (R\$ 289,4 milhões); Fluminense FC (R\$ 265,2 milhões); Vasco da Gama (R\$ 215,3 milhões); Botafogo de Futebol e Regatas (R\$ 213,6 milhões); EC Bahia (R\$ 189,5); Goiás EC (R\$ 99,3 milhões); Ceará SC (R\$ 98,1 milhões); Fortaleza EC (R\$ 95,2 milhões) (SPORTS VALUE, 2020a). Por outro lado, existem expressivas desigualdades no futebol brasileiro. Mesmo considerando os 16 clubes com maiores receitas de 2019, as disparidades econômicas são notáveis. Enquanto o Clube de Regatas do Flamengo obteve receitas de R\$

de televisão, sócios, bilheteria, transferências de atletas e patrocínios registraram aumento (SPORTS VALUE, 2020a).

Cabe ressaltar a participação (em %) de alguns segmentos específicos na composição das receitas do futebol nacional em 2019. Valores com direitos de transmissão dos jogos representaram 34% das receitas, patrocínio e publicidade mais 9% e bilheteria outros 8% (SPORTS VALUE, 2020a). Esses dados confirmam a relevância do futebol como um negócio que movimenta expressivos valores e sustenta diversos segmentos produtivos ligados direta ou indiretamente ao esporte.

Contudo, a pandemia de COVID-19 prejudicou os negócios relacionados ao esporte mais popular do Brasil. Em 2020, o surto de um novo coronavírus causou impactos profundos, colocando em evidência a fragilidade de sistemas públicos de saúde e provocando a instabilidade da economia mundial. Sobre as implicações da crise sanitária para o esporte profissional global, a Sports Value (2020b) calcula que o setor perdeu US\$ 15 bilhões considerando os prejuízos com vendas de ingressos, direitos de televisão, comercialização de produtos e de patrocínios (SPORTS VALUE, 2020b).

Desta forma, este artigo tem por objetivo identificar algumas das transformações nas relações do futebol nacional com os meios de comunicação, incluindo o debate acerca da Lei 14.205/21, aprovada em 2021 e conhecida como “Lei do Mandante”. Pretende-se mostrar, ainda, que a conjuntura decorrente da crise do coronavírus contribuiu para acelerar esses processos ao suspender temporariamente competições esportivas e impor restrições orçamentárias aos clubes.

Como uma expressão da cultura e um produto de consumo, o futebol se relaciona amplamente com o mercado e suas diversas formas de comercialização incluindo as mídias. O rádio, a imprensa escrita, a televisão e a internet combinam formas de comunicar sobre o futebol e possibilitam a participação e interação do torcedor com esse meio. Esse texto que apresenta desde dados relativos aos direitos de transmissão dos jogos no Brasil, a partir do final dos anos de 1980, até a emergência de plataformas de mídia para o consumo desse esporte, parte da importância do debate sobre cultura participativa e convergência midiática.

A cultura participativa, expressão inicialmente usada por Jenkins (1992), articulava a produção cultural com as formas de interação entre os consumidores em rede, além de outras formas de consumo midiático via meios digitais. Para Fechine, apenas posteriormente, “o termo passou a ser empregado para tratar da produção e distribuição dos conteúdos de modo colaborativo também por outras comunidades de interesse” (2014, p. 12). Desta maneira, as práticas colaborativas e interativas do *fandom* visam o sentimento de pertencimento e envolvimento com determinado universo do entretenimento como é o caso do futebol.

Ou seja, os produtores da matéria esportiva estão diretamente relacionados aos seus consumidores que, através de uma variedade de canais de comunicação, participam da produção de conteúdo ao, por exemplo, comentar um jogo ao vivo ou ao contratar um pacote específico para acompanhar um campeonato. Essas mudanças na forma de consumir e de torcer estão diretamente relacionadas à variedade de mídias e tecnologias associadas à internet.

É nesse sentido que se dialoga com o conceito de convergência midiática proposto por Jenkins (2009) que se refere exatamente à essa multiplicidade de plataformas de mídias que oferta

950 milhões, o Cruzeiro EC (9º colocado) registrou R\$ 289,4 milhões e o Fortaleza EC (16º colocado) alcançou R\$ 95,2 milhões (SPORTS VALUE, 2020a).

ao consumidor diversas formas de interagir, o que esse texto estende para o envolvimento do torcedor-consumidor com o futebol.

A convergência exige que as empresas midiáticas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a rede ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são os mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p. 45)

Assim, o texto divide-se em duas partes, além da introdução e considerações finais. O primeiro item apresenta as mudanças na comercialização dos direitos de televisão no Brasil a partir da década de 1980 e da criação do Clube dos Treze. Já a segunda parte do escrito trata da Medida Provisória nº 984, de junho de 2020, e da Lei 14.205, sancionada em 2021, bem como do crescimento das transmissões via *streaming*. Para realização da pesquisa optou-se por uma revisão narrativa da literatura e coleta de informações, do período pós 2010, em veículos da imprensa esportiva e sites de consultoria como a BDO Brazil e a Sports Value².

PAGAMENTO POR DIREITOS DE TRANSMISSÃO: mudanças nas relações entre clubes e grandes grupos de mídias no Brasil

Os valores repassados aos clubes de futebol por direitos de transmissão dos jogos compõem parte fundamental de suas receitas totais. Os atrasos nos repasses das parcelas aos clubes, nos primeiros meses de 2020, por conta da pandemia de coronavírus, impactou diretamente os orçamentos dessas associações e mostrou a dependência do futebol brasileiro em relação às emissoras de televisão.

Para compreender esse quadro é preciso apresentar as principais características das relações históricas entre clubes e grupos de mídias no país. Ao final da década de 1980, a situação econômica deficitária do futebol nacional culminou na formação do Clube dos Treze³. Nos anos seguintes, os seus interesses junto aos da Rede Globo passaram a preponderar, sobretudo, quando a empresa brasileira adquiriu vantagem sobre as concorrentes nos leilões pelos direitos de transmissão dos jogos (SANTOS, 2019).

Já em 1998, a Lei Pelé determinou que “[...] os clubes esportivos profissionais poderiam organizar suas próprias competições, negociar seus direitos de TV e de Marketing sem a participação direta de uma Federação” (SAAR, 2009, p.26). Cabe ressaltar que, entre 1988 e 2012,

² A autora reconhece a necessidade de cuidados no uso de dados provenientes de empresas de consultoria esportiva. A metodologia dessas empresas parte da seleção dos clubes com maior participação no faturamento do futebol nacional que, por sua vez, é baseado nos balanços financeiros publicados anualmente pelos clubes brasileiros. Dessa forma, entende-se que as informações coletadas nesses meios oferecem a possibilidade de comparar dados acerca dos valores recebidos pelos clubes de futebol por direitos de transmissão dos jogos sem prejuízos da análise proposta.

³ O Clube dos Treze foi formado por Sociedade Esportiva Palmeiras, Santos FC, São Paulo FC, Sport Club Corinthians Paulista, Club de Regatas Vasco da Gama, Clube de Regatas do Flamengo, Botafogo de Futebol e Regatas, Clube Atlético Mineiro, Cruzeiro EC, EC Vitória, EC Bahia, Grêmio FBPA e SC Internacional. Em 1987, a CBF alegou dificuldades para organizar o campeonato nacional e delegou ao Clube dos Treze a responsabilidade sobre as despesas da competição (PRONI, 1998).

o Clube dos Treze permaneceu à frente das negociações conjuntas sobre os direitos de transmissão dos jogos do principal certame brasileiro.

Nesse sentido, é válido apontar para duas questões. A remodelação do Campeonato Brasileiro, em 2003, com o sistema de pontos corridos e em dois turnos, acabou reforçando os interesses da televisão “de acordo com o potencial de audiência dos clubes” (SANTOS, 2019, p.176). No mais, as cláusulas de preferência e de renovação automática favoreciam a Rede Globo nas negociações.

No final da década de 2000, novas mudanças impostas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) alteraram a dinâmica da comercialização dos direitos de transmissão. Entre as principais mudanças, pode-se citar a eliminação de artigos que davam prioridade à Rede Globo e, também, a reorganização das mídias por características (televisão aberta, televisão fechada, internet, *pay-per-view* e telefonia móvel) com possibilidade de compra para uma única opção ou para pacotes completos (LOPES, 2015).

Em 2011, o Clube de Regatas do Flamengo e o Sport Club Corinthians Paulista anunciaram desfiliação do Clube dos Treze e as negociações individuais pelos direitos televisivos ganharam força. Cabe ressaltar que critérios como tamanho da torcida e audiência assumiram papel central na definição dos pagamentos para os clubes.

Segundo relatório da BDO (2011), entre 2004 e 2011, o montante pago pela pelas emissoras de televisão aos clubes cresceu 244%. A lógica adotada na divisão dos valores favoreceu algumas associações esportivas e contribuiu para o aumento das desigualdades econômicas no futebol nacional.

Considerando a série entre 2006 e 2018, observa-se um significativo aumento dos montantes pagos e, conseqüentemente, das diferenças entre os clubes. O quadro 01 apresenta uma síntese dos valores repassados por grupo, entre os anos de 2006 e 2018, pelos direitos de televisionamento dos jogos do Campeonato Brasileiro.

Quadro 01- Divisão dos grupos e valores pagos (R\$ em milhões)

2006-2008	2009-2011	2012-2015	2016-2018
G1 – R\$ 21 milhões	G1 – R\$ 36 milhões/ano	G1 – R\$ 110 milhões/ano	G1 – R\$ 170 milhões/ano
G2 – R\$ 18 milhões/ano	G2 – R\$ 20,6 milhões/ano	G2 – R\$ 80 milhões/ano	G2 – R\$ 110 milhões/ano
G3 – R\$ 15 milhões/ano	G3 – R\$ 20 milhões/ano	G3 – R\$ 70 milhões/ano	G3 – R\$ 100 milhões/ano
G4 – R\$ 11 milhões/ano	G4 – R\$ 13 milhões/ano	G4 – R\$ 60 milhões/ano	G4 – R\$ 80 milhões/ano
G5 – R\$ 3,4 milhões/2006) e R\$ 5,5 milhões/2007-2008	G5 – R\$ 5,5 milhões	G5 – R\$ 45 milhões/ano	G5 – R\$ 60 milhões/ano
Série B – R\$ 1,25 milhão	Série B – R\$ 1,8 milhão	G6 – R\$ 27 milhões/ano	G6 – R\$ 35 milhões/ano
Série C – sem cota	Séries C e D – sem cota	G7 – R\$ 18 milhões/ano	G7 – R\$ 23 milhões/ano
		Série B – R\$ 3 milhões	Série B – R\$ 5 milhões
		Séries C e D – sem cota	Séries C e D – sem cota

Organizado pelo(a/s) autor (e/a/s). Fonte: ZIRPOLI, 2017; SANTOS, 2019.

O quadro 01 permite algumas considerações. Entre 2006/2008 e 2016/2018, o grupo 01 registrou um aumento de 709,5% nos valores recebidos por direitos de transmissão dos jogos da principal competição do futebol brasileiro. No mesmo período, os clubes do grupo 02 tiveram acréscimo de 511% nos pagamentos, enquanto o grupo 03 anotou um crescimento de 566%. É importante assinalar que os clubes contemplados por esses grupos representavam o futebol do Sul e Sudeste do Brasil.

Ademais, a partir dos contratos válidos para o recorte entre 2012 e 2015 houve novas mudanças expressivas, resultantes do desmantelamento do Clube dos Treze. O Clube de Regatas do Flamengo e Sport Club Corinthians Paulista passaram a integrar o grupo 01 (R\$ 110 milhões/ano), ao mesmo tempo que Cruzeiro EC, Clube Atlético Mineiro, Grêmio FBPA, SC Internacional, Fluminense FC e Botafogo de Futebol e Regatas que, entre 2006 e 2011, haviam integrado o grupo 03, passaram a formar o grupo 05. Na prática esses clubes tiveram aumento de 300% nos vencimentos pagos pela Rede Globo no referido recorte temporal.

Após décadas de predomínio de um modelo de divisão dos direitos de televisão que criou disparidades entre os clubes e, que, manteve os privilégios de representantes do Clube do Treze⁴, o ingresso do canal Esporte Interativo no Brasil mudou a lógica vigente. Em 2018, as negociações culminaram em novas propostas comerciais menos dispare entre os clubes, considerando critérios como desempenho e número de partidas disputadas.

O canal estadunidense⁵, pertencente ao grupo Turner, propôs a divisão de R\$ 520 milhões, sendo metade de forma igualitária, outros 25% por exposição relativa aos jogos realizados e, mais 25% por posição final no Campeonato Brasileiro.

Já a Rede Globo ofereceu pelos canais SporTV a quantia de R\$ 500 milhões partilhados 40% de maneira igual, 30% pela colocação na competição nacional e 30% segundo número de partidas realizadas (FOLHA DE SÃO PAULO, 14 jan. 2018). Para a televisão aberta, a emissora brasileira propôs a divisão de R\$ 600 milhões (40% de forma igualitária, 30% por classificação e 30% por partidas realizadas) e, ainda, para o *pay-per-view*, relativos aos canais Premier FC

O rateio é baseado na proporção que cada torcida representa no total da base de assinantes de acordo com uma pesquisa encomendada ao Ibope. Neste ano, a pesquisa passou a abranger cidades do interior do país, não apenas capitais - mudança que fortalece o resultado para clubes que tenham torcedores nacionais, como Flamengo e Corinthians (RUDNICK, 2019).

Deste modo, os contratos fechados para o período de 2019 a 2024 romperam com a hegemonia da Rede Globo dando opção de negociação aos clubes⁶. Outrossim, uma diminuição das

⁴ É importante destacar outras particularidades referentes ao quadro 01. Entre 2006 e 2011, ao clube rebaixado no Campeonato Brasileiro era imposto uma redução de 50% nos pagamentos por direitos de transmissão. No caso de permanência desse clube, por um segundo ano, na série B, era imposto uma nova redução de 25% nos pagamentos (ZIRPOLI, 2017). Porém, essa regra não era válida para os participantes do Clube dos Treze que tinham garantidas cotas referentes à série A do certame nacional.

⁵ A Turner anunciou, em 2018, a desativação dos canais da Esporte Interativo. A transmissão de jogos do Campeonato Brasileiro passou a ser realizada através dos canais Space e TNT. A multinacional também faz uso de plataformas digitais e mídias sociais para o a transmissão das partidas de futebol.

⁶ Com Turner, para televisão fechada, firmaram acordo os seguintes clubes: EC Bahia, Sampaio Corrêa FC, Athletico-PR, Coritiba FC, Joinville EC, Criciúma EC, Sociedade Esportiva Palmeiras, Guarani FC, Ceará SC, Fortaleza EC, SC Internacional, Santos FC, Associação Atlética Ponte Preta, Paraná Clube, EC Juventude, Paysandu SC, Santa Cruz FC.

disparidades de renda no futebol nacional precisa ser observado com cautela visto que houve uma reconfiguração significativa dos contratos que, no caso do *pay-per-view*, ainda pode gerar expressivas diferenças de receitas.

Contudo, a dependência em relação aos direitos de televisão continua significativa, sendo que a participação dessa fonte na receita dos clubes passou de 38%, em 2018, para 34% em 2019 (SPORTS VALUE, 2020a).

Neste viés, é importante discutir o impacto da pandemia de COVID-19 no referente aos repasses dos pagamentos por televisionamento diante da suspensão dos campeonatos regionais, no mês de março de 2020, e do atraso do início do Campeonato Brasileiro daquele ano⁷.

Em relação aos clubes acordados com a Rede Globo para os certames estaduais, exceção do caso paranaense⁸, a interrupção dos jogos resultou em uma série de problemas. A emissora foi afetada pela queda de receitas com publicidade e patrocínios, por conseguinte, decidindo por reavaliar o cumprimento dos pagamentos em aberto como divulgou em nota oficial à imprensa

A crise causada pela pandemia do Coronavírus19, que está provocando adiamentos e cancelamentos nos calendários esportivos, faz com que todos os elos que compõem a cadeia produtiva do futebol precisem analisar seus modelos de negócio e renegociar seus compromissos: clubes, federações, empresas de mídia, anunciantes e patrocinadores, entre outros parceiros. Esta não é uma realidade exclusiva do Brasil, e ocorre também em demais competições e modalidades esportivas ao redor do mundo. Faz parte deste processo a decisão da Globo reavaliar o pagamento de futuros vencimentos – em alguns casos a última parcela – de competições que foram interrompidas ou adiadas, e que ainda não têm data nem formato para voltar a acontecer. Cada caso está sendo tratado segundo suas especificidades. A Globo até o momento vem mantendo o pagamento dos clubes participantes do campeonato brasileiro série A, série B e Copa do Brasil. No caso dos Estaduais, a Globo pagou em alguns contratos 100% e em outros 75% dos valores referentes a esses campeonatos, mesmo com a entrega efetiva de 55% a 65% dos jogos. Alguns pagamentos foram realizados já com as partidas suspensas e precisamos buscar entre todos uma solução de equilíbrio que depende agora de uma revisão completa do calendário anual do futebol brasileiro. Estamos discutindo diariamente, de maneira transparente e serena, formas de atravessar esse período difícil com todos os parceiros – anunciantes, clubes, federações e CBF – e temos a convicção de que juntos vamos encontrar os melhores caminhos. Até lá, estamos empenhados em soluções criativas que têm assegurado outros tipos de apoio ao futebol brasileiro, com a exposição dos clubes em todas as nossas plataformas, grades de programação e coberturas. Como parceiros de mídia do esporte, temos total interesse em achar um caminho que garanta competições fortes, equilibradas e competitivas (ESPN, 01 abr. 2020).

Depois de realizar os pagamentos referentes aos meses de janeiro, fevereiro e março de 2020, em torno de R\$ 2 milhões mensais para cada clube, a emissora de televisão anunciou a

Com a Rede Globo, nas opções para televisão aberta, televisão fechada e *pay-per-view*, estabeleceram contrato o CRB, CSA, EC Vitória, Atlético Clube-GO, Goiás EC, Vila Nova FC, Clube Atlético-MG, Cruzeiro EC, América FC, Boa Esporte Clube, Sport Clube do Recife, Clube Náutico Capibaribe, Londrina EC, Botafogo de Futebol e Regatas, Clube de Regatas do Flamengo, Fluminense FC, Club de Regatas Vasco da Gama, Grêmio FBPA, Grêmio Esportivo Brasil-RS, Avaí FC, ACF, Figueirense FC, SC Corinthians Paulista, São Paulo FC, EC São Bento e Oeste FC (UOL, 2019; ESPORTE INTERATIVO, 2020).

⁷ É fundamental mencionar que a suspensão de pagamentos por direitos de televisão também ocorreu em outros países. Na França, o Canal+ e a BeIN Sports suspenderam os pagamentos relativos à temporada 2019/2020 da Ligue 1 (MÁQUINA DO ESPORTE, 02 abr. 2020). O Campeonato Brasileiro de 2020 teve início em 08 de agosto. Os certames estaduais foram finalizados entre agosto e setembro de 2020.

⁸ O Campeonato Paranaense é transmitido pelo DAZN, um serviço de *streaming* de esportes ao vivo.

pretensão de diminuir os valores a serem repassados entre abril e junho relativos ao Campeonato Brasileiro. Pela proposta, os clubes receberiam R\$ 396.768,75 entre abril e junho, e depois, a partir de julho, R\$ 1.124.178,13 (RIZZO, 2020a)⁹.

De acordo com Beting (2020a), do informativo Máquina do Esporte, a situação afetou os clubes e incentivou diversos dirigentes a defender o retorno das atividades por evitar um “colapso financeiro pela falta do dinheiro da TV em suas contas” (BETING, 2020a). A proposta da Rede Globo para alterar os repasses de valores relativos aos estaduais e campeonato nacional provocou reações imediatas dos clubes que manifestaram insatisfação e passaram a se mobilizar em prol de um acordo.

A posição das associações esportivas foi resultado da dependência em relação aos pagamentos por televisionamento e pode ser avaliada sob duas perspectivas. Primeiro, é preciso reiterar que muitos contratos de publicidade dependem da exposição da marca, o que foi impossibilitado com a suspensão dos certames. Em segundo lugar, é comum que os clubes programam os “pagamentos de dívidas justamente nas datas em que recebem o dinheiro mensal da Globo, depositado sempre no último dia do mês” (RIZZO, 2020b).

Uma comissão formada por Sociedade Esportiva Palmeiras, Clube de Regatas do Flamengo e Grêmio FBPA, com apoio da CBF, intermediou um acordo com a emissora carioca que garantiu o repasse de dinheiro referente aos pagamentos do *pay-per-view* do Campeonato Brasileiro a contar de 1º julho e, ainda, parte das verbas dos certames estaduais. De acordo com dados de Rizzo (2020c), a Rede Globo liberou 10% dos valores devidos pelas competições regionais, comprometendo-se a pagar 15% no retorno dos jogos e mais 75% no encerramento dos torneios¹⁰. Ademais, “ficou definido que os contratos com a Globo poderão ser usados pelos clubes como garantias de empréstimos a bancos, mesmo com cortes em parcelas e suspensão de pagamentos dos Estaduais” (RIZZO, 2020c).

Ainda é importante salientar que os clubes brasileiros manifestaram interesse no retorno dos campeonatos e na manutenção do número de jogos previstos para o Campeonato nacional, passando a elaborar protocolos sanitários e testagem de atletas, funcionários e comissões técnicas para o COVID-19. Isso se deve à nova configuração da divisão dos direitos de transmissão para televisão aberta e fechada que garante 30% por número de jogos televisionados.

Já a estadunidense Turner suspendeu, em abril de 2020, os pagamentos das cotas de televisão aos clubes da série A com que mantém contrato e que deveriam ocorrer entre maio e julho¹¹. A crise provocada pela pandemia reforçou a possível rescisão de contrato com a empresa estrangeira que, desde o final de 2019, manifestava insatisfação com os lucros obtidos no mercado brasileiro¹².

⁹ Pela proposta, o valor de R\$ 22 milhões para cada clube acordado com a Rede Globo seria pago integralmente. A diminuição das parcelas seria recompensada nos demais pagamentos realizados em 2020.

¹⁰ Rizzo (2020c) ressaltou o caso do Campeonato Paulista que teve uma suspensão de 25% dos pagamentos por direitos de televisão. Segundo o jornalista, “no caso dos quatro grandes clubes, Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos, que receberão R\$ 26 milhões, foi retido cerca de R\$ 6,5 milhões. Deste, 10%, ou R\$ 650 mil foram liberados agora, R\$ 975 mil serão pagos assim que a competição retornar [...] e os R\$ 4,87 milhões restantes serão depositados quando o campeonato acabar” (RIZZO, 2020c).

¹¹ Pagamentos referentes aos 50% fixos dos valores acordados. Outros valores, divididos entre número de jogos disputados e desempenho, seriam pagos ao final do Campeonato Brasileiro.

¹² De acordo com Morelli (2020), do jornal *O Estado de São Paulo*, a Turner registrou queda de até 15% na audiência, ao final da temporada de 2019, e “quando o mesmo jogo que ela mostrava também era transmitido na TV aberta pela

Além do descontentamento de clubes brasileiros, emissoras de televisão e patrocinadores em relação a situação dos campeonatos esportivos de 2020, cresceram os questionamentos sobre a formatação dos modelos de partilha dos direitos de transmissão. Somado à isso, a possibilidade de utilização de plataformas digitais ganhou notoriedade e, associado à esse processo, a criação da Lei 14.205/21 também apresenta novas possibilidades para o debate acerca dos direitos de transmissão de jogos no Brasil.

A LEI DO MANDANTE E A EMERGÊNCIA DE NOVAS POSSIBILIDADES PARA AS TRANSMISSÕES DE JOGOS DE FUTEBOL NO BRASIL

O formato de divisão dos direitos de transmissão do futebol no Brasil e o próprio entendimento legal dessa questão passaram por alterações a partir de 2018. Ademais, um movimento por mudanças foi impulsionado pela Medida Provisória nº 984 de junho de 2020 que

Altera a Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, que institui normas gerais sobre desporto, e a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003, que dispõe sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor, e dá outras providências, em razão da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente da pandemia da **covid-19**, de que trata a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020 (BRASIL, 2020).

O dispositivo legal determinou que “pertence à entidade de prática desportiva mandante o direito de arena sobre o espetáculo desportivo” cabendo a “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, do espetáculo desportivo” (BRASIL, 2020).

Com a assinatura da MP 984/2020, as primeiras experiências se deram com os jogos do Campeonato Carioca¹³. Pode-se apontar para dois aspectos: as tratativas para uso de plataformas digitais na transmissão dos jogos e a busca por outras emissoras como parceiras.

Assim, o Clube de Regatas do Flamengo como mandante da partida contra o Boavista FC, pelo Campeonato Carioca de 2020, optou por utilizar a FlaTV¹⁴ através do Youtube, *Twitter* e *Facebook*. Para gerar rendimentos, foi criada a “#ValeOIngresso” que permitiu aos torcedores pagar, via transferência eletrônica, valores simbólicos para acompanhar a partida. Já no exterior, a transmissão foi viabilizada pela parceria com a plataforma de *streaming* portuguesa *Mycujoo* (MÁQUINA DO ESPORTE, 02 jul. 2020).

Em resposta, a Rede Globo rescindiu unilateralmente os contratos para televisionamento da competição do RJ, alegando prejuízos com a FlaTV e quebra de exclusividade prevista

A Federação e onze Clubes assinaram o compromisso. A exceção foi o Flamengo. Na ocasião da assinatura e por várias temporadas em que o contrato foi cumprido, a legislação brasileira previa que, para a transmissão de qualquer partida, era necessária a obtenção de direitos dos dois Clubes envolvidos. Legalmente, ninguém poderia transmitir os jogos do

Globo nas cidades dos clubes em campo, sua audiência caía ainda mais: 85%” (MORELLI, 2020). Logo, a emissora já sinalizava para o possível encerramento dos contratos no Brasil.

¹³ É importante assinalar que o Clube de Regatas do Flamengo não assinou contrato com a Rede Globo para transmissão de seus jogos pelo certame estadual de 2020.

¹⁴ Segundo o IBOPE/REPUCOM (2020), sobre o ranking digital dos clubes brasileiros, a FlaTV foi o canal com maior crescimento no mês de julho, com 840 mil novos inscritos. Na data do jogo contra o Boavista FC, houve o registro de mais de meio milhão de novos inscritos no *Youtube*, o que representou 25% de crescimento em relação ao mês anterior (IBOPE/REPUCOM, 2020).

O caso destacou algumas questões. Primeiro, uma expressiva diferença de audiência quando se compara as visualizações simultâneas via mídias digitais com o número de expectadores que, comumente, acompanham um jogo na televisão. Ademais, as dificuldades de acesso à internet também influenciam diretamente nos resultados desse tipo de experimento.

Já na final da Taça Rio, entre Clube de Regatas do Flamengo e Fluminense FC, com mando deste último, a transmissão foi realizada pela FluTV, pelo *Youtube*, com cerca de 3,7 milhões de acessos concomitantes. Segundo Beting (2020b), a audiência correspondeu à um décimo do equivalente à um jogo na televisão e o clube faturou R\$ 2 milhões.

Diante da insuficiente abrangência das transmissões online, o Clube de Regatas do Flamengo, buscou um novo parceiro para promoção da partida final do certame estadual. Em um negócio firmado com o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), com um modelo de sociedade que dividiu valores relativos à patrocinadores, a disputada pelo título Carioca foi partilhada entre a emissora brasileira e a FlaTV.

A MP 984/2020 permitiu mudanças nas transmissões de jogos de futebol no Brasil, sobretudo, com o uso de mídias digitais. Em julho de 2020, foi publicado um manifesto intitulado “A favor da Lei de Democratização das Transmissões de Futebol”, assinado por clubes participantes da Série A daquele ano, em que são elencados fatores favoráveis à medida provisória. O documento enfatiza o aumento da concorrência entre as emissoras de televisão, o incentivo à união dos clubes em prol de melhores contratos e a garantia de transmissão de todos os jogos, diferente do que se observou no Campeonato Brasileiro de 2019, conforme síntese

Os torcedores ganham com o fim dos apagões de jogos, com mais craques em campo e com um melhor espetáculo no Brasil. Os clubes ganham com mais liberdade e receitas. E o país ganha com os clubes mais sólidos financeiramente, maior geração de empregos e crescimento de impostos pagos aos governos. Por todas estas razões, APOIAMOS a MP 984/2020 e pedimos a sua CONVERSÃO imediata em Lei! (GAZETA ESPORTIVA, 16 jul. 2020).

O argumento central refere-se à valorização do futebol como produto cujos serviços por assinatura, mídias digitais e parcerias com uma ou mais emissoras podem potencializar receitas e a marca dos clubes. Notavelmente, o uso crescente das plataformas digitais favorece a realização de transmissões via internet que, no caso de serem pagas, geram renda aos clubes.

Por outro lado, esse tipo de determinação legal também favorece as emissoras. Precisando unicamente do contrato com o clube mandante, essas empresas de comunicação podem fechar acordos apenas com aqueles clubes cuja audiência justifique o investimento. Logo, a negociação individual dos clubes como mandantes contradiz a alegação de que a medida provisória privilegiaria a ação conjunta em prol de melhores contratos e pagamentos.

A criação da MP 984/2020 na conjuntura da crise de coronavírus não permitiu um amplo debate sobre o tema. Em 15 de outubro de 2020, a medida expirou por falta de votação na Câmara dos Deputados, mas abriu precedentes para a continuação do debate no Brasil.

Já em 2021, foi sancionada a Lei 14.205 que modificou as regras sobre o direito de arena, ou seja, a chamada Lei do Mandante garante aos clubes os direitos sobre a transmissão e reprodução de seus jogos. Desta forma, “o direito de arena consiste na prerrogativa exclusiva de negociar, de

autorizar ou de proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens do espetáculo desportivo, por qualquer meio ou processo” (AGÊNCIA SENADO, 20 set. 2021).

Retomam-se, portanto, as prerrogativas da Medida Provisória de 2020, e fica determinado que as emissoras, sejam de televisão ou rádio, poderão negociar com um time apenas, ou seja, com aquele que disputa a partida como o mandante. É importante reiterar a possibilidade dos clubes em fazer a própria transmissão dos jogos com plataformas alternativas e independentes, o que pode significar uma nova fonte de receita.

A conversão da MP em Lei favoreceu a transição entre as transmissões na televisão para outras mídias. Inegavelmente, os problemas causados pelo COVID-19 aceleraram esse processo ao ressaltar a forte dependência dos clubes em relação às receitas de televisão. Desta forma, em 2020, emergiram novas formas do produto futebol com opções diferenciadas consumo, especialmente, ligadas às novas tecnologias.

Para Beting (2020c), o futuro do esporte é a fragmentação em diversas plataformas com conteúdo variados e exclusivos. Se historicamente o crescimento e fortalecimento do futebol-negócio esteve ligado à televisão, as condições atuais mostram um tendente aumento do uso da internet e mídias digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O futebol representa o esporte mais popular do Brasil e envolve diversos segmentos de negócios no planejamento e execução de sua atividade-fim. Adotar formas de administração transparentes e economicamente sólidas é fundamental para que os clubes superem gestões amadoras, politicamente conservadoras e financeiramente mal sucedidas.

Entre as fontes de renda mais importantes para os clubes brasileiros estão os valores por direitos de transmissão, os patrocínios, a bilheteria dos estádios e a negociação de jogadores. Compreender o dinamismo dessa cadeia de negócios é necessário para entender a economia que envolve o fenômeno esportivo.

Em 2020, a crise mundial decorrente da pandemia de COVID-19 teve impactos sobre os esportes com o adiamento do início das competições e as restrições de público nesses eventos. Sendo assim, esse artigo visou identificar algumas das principais transformações nas relações entre clubes brasileiros e grupos de mídia dando ênfase as novas tecnologias e as alterações da legislação esportiva vigente.

Historicamente, com a constituição do Clube dos Treze e o predomínio da Rede Globo, observou-se que as receitas da televisão assumiram importância significativa para os orçamentos dos clubes do país. Até o ano de 2018 predominava um modelo de partilha dos direitos de transmissão acentuadamente desigual com a formação de grupos privilegiados. Naquele ano, a entrada da concorrente estrangeira Esporte Interativo no mercado nacional alterou as normas para divisão das referidas receitas com a proposta de considerar porcentagens sobre número de jogos disputados e posição final no Campeonato Brasileiro. Essa mudança impulsionou a Rede Globo a oferecer para televisão aberta, canais SportTV e para o *pay-per-view* novas opções de pagamento aos clubes.

Essas modificações representaram um marco na trajetória das relações entre emissoras e clubes de futebol destacando que a legislação desportiva (Lei Pelé – 1998) determina que uma

partida de futebol só seja transmitida se ambos os times disputantes tenham contrato acordado com a mesma empresa.

No ano de 2020, por conta da suspensão de competições estaduais e atrasos no início do certame nacional projetaram-se significativos prejuízos econômicos aos clubes. A Rede Globo e o Esporte Interativo anunciaram o retardo dos pagamentos comprometendo o orçamento das associações esportivas fortemente dependentes dessas receitas.

Ademais, a lógica da partilha dos direitos de televisão no Brasil passou por ajustes com a MP 984/2020 que alterou o direito de arena concedendo ao clube mandante o poder de negociação sobre os seus jogos. Desta forma, já foram desenvolvidas algumas experiências inéditas no futebol nacional com transmissões de jogos em canais próprios dos clubes e por plataformas digitais como o *Youtube*. Apesar do alcance de público da televisão ainda ser consideravelmente maior, o ensaio serviu para levantar algumas questões que só serão compreendidas na avaliação do mercado esportivo dos próximos anos: as transmissões via internet têm potencial de gerar receitas aos clubes? A negociação individual do mandante é o melhor modelo?

Em 2021, a Lei 14.205/21, popularizada como “Lei do Mandante”, consolidou o predomínio dos interesses individuais dos clubes sobre a coletividade nas negociações com empresas de comunicação. O certo é que os clubes precisam se entender como donos do conteúdo que geram, cabendo a decisão sobre a melhor forma de explorar economicamente esse ativo. A tendência aponta para o crescente uso das tecnologias, aplicativos, redes sociais, plataformas digitais como novas ferramentas desse futebol-negócio.

Portanto, o texto buscou mostrar que as diversas possibilidades oferecidas pela internet e suas tecnologias permitem ao futebol renovar-se enquanto negócio. As novas formas de torcer, fora dos estádios, geram outros hábitos de consumo do futebol e os clubes precisam adaptar-se à emergência dessas demandas. Por conseguinte, os estudos na área da comunicação esportiva também devem atentar-se para essas mudanças e seus impactos como pretendeu fazer este artigo ao realizar um resgate de aspectos históricos combinado com a análise de um cenário contemporâneo em que o ritmo das transformações é célere.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SENADO. **Sancionada lei que garante direito de arena ao clube mandante em transmissões de futebol**. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/09/20/sancionada-lei-que-garante-direito-de-arena-ao-clube-mandante-em-transmissoes-de-futebol>. Acesso em 19 out. 2021.

BDO (Brasil). **Valor das Marcas**. 2011. Disponível em: < <https://www.bdo.com.br/pt-br/bdo-brazil>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

BETING, Erich. Futebol colhe fruto de suas escolhas? **Máquina do Esporte**. n° 1469, 2020a. Disponível em: <<https://www.maquinadoesporte.com.br/media/jornal/boletim01469.pdf>>. Acesso em: 21 mai. 2021.

BETING, Eric. Só faltou o bolo do aniversário do 7 a 1. **Máquina do Esporte**. n° 1536, 2020b. Disponível em: < <https://www.maquinadoesporte.com.br/media/jornal/boletim01536.pdf>>. Acesso em: 18 jul. 2021.

BETING, Eric. Futuro do esporte é a fragmentação. **Máquina do Esporte**. n° 1595, 2020c. Disponível em: < <https://www.maquinadoesporte.com.br/media/jornal/boletim01595.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2021.

BRASIL. **Medida Provisória nº 984, de 18 de junho de 2020.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/mpv/mpv984.htm. Acesso em: 16 jul. 2020.

CALDAS, Waldenyr. **O pontapé inicial:** memória do futebol brasileiro. São Paulo: Ibrasa, 1990.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. **Impacto do futebol brasileiro.** 2019. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201912/20191213172843_346.pdf. Acesso em: 01 jun. 2021.

ESPORTE INTERATIVO. **Quais times terão jogos transmitidos no Brasileirão 2020 pelo Esporte Interativo Plus e TNT? 2020.** Disponível em: <https://suporte.esporteinterativo.com.br/hc/pt-br/articles/360022631032-Quais-times-ter%C3%A3o-jogos-transmitidos-no-Brasileir%C3%A3o-2020-pelo-Esporte-Interativo-Plus-e-TNT-><http://www.ecsaoluz.com/Site/Internas/C/16>>. Acesso em: 22 mar. 2021.

ESPN. **Globo suspende pagamento a clubes da última parcela dos direitos do Paulistão.** 01 abr. 2020. Disponível em: https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/6815810/globo-suspende-pagamento-a-clubes-da-ultima-parcela-dos-direitos-do-paulistao>. Acesso em: 05 jun. 2021.

FECHINE, Yvana. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **Revista Contracampo**, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo, 14 jan. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2019/01/nova-distribuicao-do-brasileiro-na-tv-forca-clubes-a-reorganizar-financas.shtml>>. Acesso em: 01 set. 2021.

FRANCO JÚNIOR, Hilário. **A dança dos deuses:** futebol, cultura, sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

FRYDENBERG, Julio. **Historia Social del Fútbol:** del amateurismo a la profesionalización. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011.

GAZETA ESPORTIVA. 16 jul. 2020. Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/campeonatos/brasileiro-serie-a/dezesseis-clubes-da-serie-a-assinam-manifesto-apoiando-mp-dos-direitos-de-transmissao/>>. Acesso em: 18 jul. 2021.

GLOBO ESPORTE. **Globo rescinde contrato de transmissão do Campeonato Carioca.** 02 jul. 2020. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/rj/futebol/campeonato-carioca/noticia/globo-rescinde-contrato-de-transmissao-do-campeonato-carioca.ghtml>>. Acesso em: 17 jul. 2021.

IBOPE/REPUCOM. **Ranking digital dos clubes brasileiros – Jul/2020.** 2020. Disponível em: <http://www.iboperepucom.com/br/rankings/ranking-digital-dos-clubes-brasileiros-jul-2020/>. Acesso em: 13 out. 2021.

JENKINS, Henry. **Textual poachers:** television fans and participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2. ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LEVER, Janet. **Soccer Madnes.** Chicago: University of Chicago Press, 1983.

LOPES, Rafael Magalhães. **Análise econômica de 12 clubes de futebol no Brasil (2012-2014).** 2015. 61 f. TCC (Graduação) - Curso de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2015.

MASCARENHAS, Gilmar. **A bola nas redes e o enredo do lugar:** uma geografia do futebol e seu advento no Rio Grande do Sul. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, 2001.

MÁQUINA DO ESPORTE. n° 1458, 02 abr. 2020. Diário. Disponível em: <https://www.maquinadoesporte.com.br/artigo/apos-canal-bein-sports-tambem-suspende-pagamento-ligue-1_39829.html>. Acesso em: 06 jun. 2021.

MÁQUINA DO ESPORTE. n° 1531, 02 jul. 2020. Diário. Disponível em: <<https://www.maquinadoesporte.com.br/media/jornal/boletim01531.pdf>>. Acesso em: 27 mai. 2021.

MORELLI, Robson. Turner e clubes vão negociar rompimento de parceria do Brasileirão 2020. **O Estado de São Paulo**, 06 abr. 2020. Disponível em: <https://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,turner-e-clubes-vao-negociar-rompimento-de-parceria-no-brasileirao-2020,70003261229>. Acesso em: 11 jun. 2021.

PRONI, Marcelo W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. Tese (doutorado)- Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 1998.

PRONI, Marcelo Weishaupt. **A metamorfose do futebol**. São Paulo: UNICAMP, 2000.

RAVENEL, Loïc. **La géographie du football en France**. Press universitaires de France, 1998.

RIZZO, Marcel. **Globo propõe reduzir valor das cotas de TV do Brasileiro. Veja os números**. 2020a. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/marcel-rizzo/2020/04/27/globo-propoe-reducao-de-pagamento-de-cota-no-brasileiro-veja-os-valores.htm>. Acesso em: 08 jun. 2021.

RIZZO, Marcel. **Clubes rejeitam corte em cota de TV da Globo e querem garantia de pagamento**. 2020b. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/marcel-rizzo/2020/04/28/clubes-rejeitam-corte-em-cota-de-tv-da-globo-e-criam-comissao-para-negociar.htm>. Acesso em: 08 jun. 2020.

RIZZO, Marcel. **Globo libera parte da verba retida dos Estaduais e garante pagamento do PPV**. 2020c. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/marcel-rizzo/2020/05/05/globo-libera-parte-da-verba-retida-dos-estaduais-e-garante-pagamento-do-ppv.htm>. Acesso em: 10 jun. 2021.

ROHRER, Cleber Vanderlei. **O futebol: cultura e convergência das mídias**. 2016. 172 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

RUDNICK, Fernando. "Vai fechar? Saiba como está a negociação entre Globo e Athletico pelo PPV do Brasileirão. **Gazeta do Povo**. Curitiba, 27 maio 2019. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/athletico/vai-fechar-saiba-como-esta-a-negociacao-entre-globo-e-athletico-pelo-ppv-do-brasileirao/>>. Acesso em: 31 ago. 2021.

SAAR, Jefferson Ferreira. **As Estratégias de Comunicação da Liga Futsal 2008: Comunicação e Negócios versus Futebol Arte**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2009.

SANTOS NETO, José Moraes dos. **Visão do jogo: primórdios do futebol no Brasil**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. **Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol**. Curitiba: Appris, 2019. 357 p.

SPORTS VALUE. **Finanças dos clubes brasileiros em 2019**. 2020a. Disponível em: <<https://www.sportsvalue.com.br/clubes-brasileiros-aumentaram-receitas-viram-custos-dispararem-e-dividas-superaram-os-r-8-bilhoes-em-2019/>>. Acesso em: 21 out. 2021.

SPORTS VALUE. **Covid-19-Coronavírus. Impactos econômicos para a indústria esportiva**. 2020b. Disponível em: <<https://www.sportsvalue.com.br/estudos/impactos-do-coronavirus-para-a-industria-do-esporte/>>. Acesso em: 23 mai. 2020.

UOL ESPORTES. **2019 chegou: como está a situação de seu clube para o Brasileirão na TV.** 2019. Disponível em: <<https://uolesportevetv.blogosfera.uol.com.br/2019/01/02/2019-chegou-como-esta-a-situacao-de-seu-clube-para-o-brasileirao-na-tv/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

ZIRPOLI, Cassio. **As cotas de TV no Brasileiro de 2006 a 2017, com Fla, Sport, Náutico e Santa.** 2017. Disponível em: <<http://blogs.diariodepernambuco.com.br/esportes/2017/01/17/as-cotas-de-tv-no-brasileiro-de-2006-a-2017-com-fla-sport-nautico-e-santa/>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

NOTAS DE AUTOR

AGRADECIMENTOS - Não se aplica

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA - Não se aplica

FINANCIAMENTO - Não se aplica

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM - Não se aplica

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - Não se aplica

CONFLITO DE INTERESSES - Não se aplica

LICENÇA DE USO

Os autores cedem à **Motrivivência - ISSN 2175-8042** os direitos exclusivos de primeira publicação, com o trabalho simultaneamente licenciado sob a [Licença Creative Commons Attribution Non-Comercial ShareAlike](#) (CC BY-NC SA) 4.0 International. Esta licença permite que **terceiros** remixem, adaptem e criem a partir do trabalho publicado, desde que para fins **não comerciais**, atribuindo o devido crédito de autoria e publicação inicial neste periódico desde que adotem a mesma licença, **compartilhar igual**. Os **autores** têm autorização para assumir contratos adicionais separadamente, para distribuição não exclusiva da versão do trabalho publicada neste periódico (ex.: publicar em repositório institucional, em site pessoal, publicar uma tradução, ou como capítulo de livro), com reconhecimento de autoria e publicação inicial neste periódico, desde que para fins **não comerciais e compartilhar com a mesma licença**.

PUBLISHER

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. LaboMídia - Laboratório e Observatório da Mídia Esportiva. Publicado no [Portal de Periódicos UFSC](#). As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando, necessariamente, a opinião dos editores ou da universidade.

EDITORES

Mauricio Roberto da Silva, Giovani De Lorenzi Pires, Rogério Santos Pereira.

EDITOR DE SEÇÃO

Silvan Menezes dos Santos

REVISÃO DO MANUSCRITO E METADADOS

Juliana Rosario, Maria Vitória Duarte

HISTÓRICO

Recebido em: 09 de fevereiro de 2022

Aprovado em: 08 de junho de 2022

