



NEGOCIAÇÃO DE DIREITOS TELEVISIVOS NO FUTEBOL: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa

José Carlos Silveira Barbosa Júnior
Rafael Augusto Simões

NEGOCIAÇÃO DE DIREITOS TELEVISIVOS NO FUTEBOL: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa

José Carlos Silveira Barbosa Júnior¹

Rafael Augusto Simões²

1 Especialista em Direito Empresarial com ênfase em Societário e Mercado de Capitais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV Direito Rio). Consultor Legislativo do Senado Federal na área de Direito Econômico e Regulatório, Direito Empresarial e do Consumidor. E-mail: jcs@senado.leg.br

2 Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Goiás. Consultor Legislativo do Senado Federal na área de Esporte e Cultura. E-mail: rasimoes@senado.leg.br

SENADO FEDERAL

DIRETORIA GERAL

Ilana Trombka – Diretora-Geral

SECRETARIA GERAL DA MESA

Luiz Fernando Bandeira de Mello Filho – Secretário Geral

CONSULTORIA LEGISLATIVA

Danilo Augusto Barboza de Aguiar – Consultor-Geral

NÚCLEO DE ESTUDOS E PESQUISAS

Rafael Silveira e Silva – Coordenador

Núcleo de Estudos e Pesquisas
da Consultoria Legislativa



Conforme o Ato da Comissão Diretora nº 14, de 2013, compete ao Núcleo de Estudos e Pesquisas da Consultoria Legislativa elaborar análises e estudos técnicos, promover a publicação de textos para discussão contendo o resultado dos trabalhos, sem prejuízo de outras formas de divulgação, bem como executar e coordenar debates, seminários e eventos técnico-acadêmicos, de forma que todas essas competências, no âmbito do assessoramento legislativo, contribuam para a formulação, implementação e avaliação da legislação e das políticas públicas discutidas no Congresso Nacional.

Contato:

conlegestudos@senado.leg.br

URL: www.senado.leg.br/estudos

ISSN 1983-0645

O conteúdo deste trabalho é de responsabilidade dos autores e não representa posicionamento oficial do Senado Federal.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

Como citar este texto:

BARBOSA JÚNIOR, J. C. S.; SIMÕES, R. A. **Negociação de direitos televisivos no futebol: análise acerca das regulamentações no Brasil e na Europa**. Brasília: Núcleo de Estudos e Pesquisas/CONLEG/Senado, Fevereiro/2017 (Texto para Discussão nº 229). Disponível em: www.senado.leg.br/estudos. Acesso em 23 de fevereiro de 2017.

NEGOCIAÇÃO DE DIREITOS TELEVISIVOS NO FUTEBOL: ANÁLISE ACERCA DAS REGULAMENTAÇÕES NO BRASIL E NA EUROPA

José Carlos Silveira Barbosa Júnior¹

Rafael Augusto Simões²

RESUMO

Neste trabalho trataremos acerca da regulamentação existente no Brasil e em alguns países da Europa com relação à negociação de direitos televisivos por parte dos clubes de futebol. O estudo será focado na dualidade entre a negociação coletiva e individual desses direitos, correlacionando o modelo de negociação utilizado e a competitividade do principal torneio de futebol profissional de cada país. Além disso, abordaremos o entendimento do Conselho Administrativo de Defesa Econômica a respeito da regulação concorrencial afeita ao tema. Por fim, são citadas algumas proposições legislativas apresentadas ao Congresso Nacional com o objetivo de determinar a negociação coletiva de direitos televisivos por parte dos clubes de futebol brasileiros.

PALAVRAS-CHAVE: esporte; futebol; direitos televisivos; negociação; concorrência.

¹ Especialista em Direito Empresarial com ênfase em Societário e Mercado de Capitais pela Fundação Getúlio Vargas (FGV Direito Rio). Consultor Legislativo do Senado Federal na área de Direito Econômico e Regulatório, Direito Empresarial e do Consumidor. E-mail: jcs@senado.leg.br

² Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Goiás. Consultor Legislativo do Senado Federal na área de Esporte e Cultura. E-mail: rasimoes@senado.leg.br

SUMÁRIO

1	REGULAÇÃO NO BRASIL E NA EUROPA	1
1.1.	BRASIL.....	1
1.2.	ESPAÑA	2
1.3.	PORTUGAL	4
1.4.	ALEMANHA.....	5
1.5.	ITÁLIA.....	6
1.6.	INGLATERRA.....	7
2	REGULAÇÃO CONCORRENCIAL.....	8
3	PROPOSIÇÕES EM TRÂMITE NO LEGISLATIVO FEDERAL.....	11
3.1.	DO PROJETO DE LEI (PL) Nº 2.019, DE 2011	11
3.2.	DO PROJETO DE LEI (PL) Nº 7.681, DE 2014.....	13
3.3.	DOS PROJETOS DE LEI (PL) Nº 755, DE 2015 E Nº 982, DE 2015.....	14
3.4.	DO RELATÓRIO APRESENTADO AO SENADO PELA COMISSÃO DE JURISTAS RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DE ANTEPROJETO DE LEI GERAL DO DESPORTO BRASILEIRO	15
4	NOTAS CONCLUSIVAS	16

1 REGULAÇÃO NO BRASIL E NA EUROPA

1.1. BRASIL

Direitos televisivos ou cotas de TV são nomes populares usados para fazer referência ao que a lei define como direito de arena. Segundo o art. 42 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998 (Lei Pelé), o direito de arena pertence às entidades de prática desportiva, que possuem a prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens. A redação desse artigo foi dada pela Lei nº 12.395, de 16 de março de 2011.

Até o ano de 2011, a negociação das cotas de TV para o campeonato brasileiro de futebol era feita de forma coletiva. O Clube dos Treze (entidade que, apesar de seu nome, representava os vinte principais clubes de futebol do País) negociava o direito de arena dos clubes associados e fazia a repartição entre esses clubes. Apesar de a repartição não ser igualitária para todos os membros, a disparidade não era tão grande como a verificada atualmente.

Insatisfeitos com a forma de negociação adotada pelo Clube dos Treze, alguns times deixaram de participar da entidade para poderem negociar diretamente o direito de transmissão de seus jogos. A negociação coletiva realizada pelo Clube dos Treze teve fim e cada clube passou a negociar individualmente os valores de seu direito de arena.

Desde então, a cada ano, os clubes arrecadam cada vez mais com a venda do direito de transmissão de seus jogos. Entretanto, a disparidade entre os maiores e menores valores arrecadados pelos clubes aumentou consideravelmente, refletindo em grande desproporção nas finanças de cada um.

Nos anos de 2009 a 2011, os clubes que mais receberam com a negociação do direito de arena foram Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras e Vasco, com R\$ 25 milhões por ano cada um. Nesse mesmo período, os menores clubes do campeonato brasileiro receberam R\$ 13 milhões anuais cada, havendo uma proporção, da ponta da tabela para o outro extremo, de 1,92 para 1.

No período de 2012 a 2015, já com a negociação individual dos direitos de transmissão de jogos, Flamengo e Corinthians receberam, cada um, R\$ 110 milhões por ano. O próximo da lista foi o São Paulo, com R\$ 80 milhões anuais. Clubes menores, como Chapecoense, Criciúma e Figueirense, receberam anualmente entre R\$ 15 e 20

milhões. Assim, na melhor das hipóteses, a proporção entre os clubes mais bem pagos e aqueles que menos receberam foi de 5,5 para 1.

A disparidade existente cresceu ainda mais, considerando-se os contratos celebrados para o período de 2016 a 2019. Para os próximos anos, Flamengo e Corinthians tiveram um acréscimo na venda de seus direitos de arena que não foi acompanhado pelos demais clubes, aumentando a desproporção. Em 2016, os clubes com as duas maiores torcidas do Brasil receberam R\$ 170 milhões cada um. São Paulo, próximo clube da lista, recebeu R\$ 110 milhões. Os menores valores foram pagos à Ponte Preta, à Chapecoense, ao Figueirense, ao América e ao Santa Cruz, que receberam R\$ 20 milhões cada. Considerando-se esses valores, a proporção entre os clubes mais e menos abonados foi de 8,5 para 1.

Atualmente, os recursos obtidos com a negociação do direito de arena são a principal fonte de renda dos clubes brasileiros. Logo, um desequilíbrio na divisão desses recursos gera desequilíbrio no próprio campeonato, afetando a competitividade e, conseqüentemente, a atratividade.

A tendência de distanciamento de Flamengo e Corinthians dos demais clubes que disputam o campeonato brasileiro fez com que surgisse o temor da “espanholização” do campeonato nacional. A criação desse termo baseou-se na maneira como eram negociados os direitos televisivos no campeonato espanhol, que fez surgir dois gigantes mundiais, mas limitou a competição a uma disputa entre Real Madrid e Barcelona, salvo raríssimas exceções.

1.2. ESPANHA

Adotando o critério de negociação individual para a venda de direitos de arena, o campeonato espanhol viu surgir duas potências futebolísticas em seu meio. Real Madrid e Barcelona são hoje dois dos principais clubes do mundo. Entretanto, os demais clubes espanhóis não os acompanharam nessa ascensão. Os valores recebidos por esses dois times a título de direitos televisivos eram muito superiores aos recebidos pelos demais clubes que disputam a principal divisão do campeonato nacional.

Em 2002, Barcelona e Real Madrid receberam juntos 291 milhões de euros, o que correspondia a 38% do total da receita arrecadada pela Liga Espanhola. Dez anos

depois, os dois grandes clubes da Espanha receberam juntos a quantia de 996 milhões de euros, 55% do total arrecadado pela Liga.

Levando-se em conta somente os valores recebidos com a comercialização dos direitos televisivos na temporada 2013/14, Barcelona e Real Madrid receberam 140 milhões de euros cada um. Na outra ponta da tabela, os clubes mais modestos do campeonato espanhol receberam 18 milhões de euros cada, resultando numa proporção de 7,7 para 1.

A mencionada discrepância refletiu-se também dentro de campo. Das últimas doze competições realizadas, apenas uma (2013/14) não teve como campeão um dos dois clubes. O amplo domínio exercido por Barcelona e Real Madrid na Liga Espanhola acabou por enfraquecer o campeonato, retirando-lhe a emoção das conquistas e fazendo dos demais clubes meros coadjuvantes.

Apesar de contar com dois dos melhores clubes do mundo, o campeonato espanhol não possuía a mesma atratividade de outras ligas de futebol da Europa. Para se ter uma ideia, na temporada 2013/14, enquanto a *Premier League* (primeira divisão inglesa) recebeu 1,87 bilhão de euros pela venda de seus direitos televisivos, o campeonato espanhol arrecadou 800 milhões de euros, menos da metade do valor recebido pela liga inglesa.

A disparidade existente entre Barcelona e Real Madrid e os demais clubes da competição espanhola, somada à conseqüente perda de atratividade da competição, fez com que o Governo espanhol interviesse na forma como são negociados os direitos televisivos. Por meio do *Real Decreto Ley 5/2015*, o Governo determinou que a comercialização dos direitos de exploração de conteúdos audiovisuais das competições de futebol profissional deveria ser realizada de maneira coletiva.

O interesse do Governo espanhol na saúde financeira dos clubes tem relação direta com as dívidas dessas entidades para com a Fazenda daquele país. O órgão governamental considerou que, caso não houvesse mudança na forma como eram negociados os direitos televisivos, a competição se enfraqueceria cada vez mais, assim como os clubes que a disputam, sendo cada vez mais improvável que houvesse o pagamento da dívida da qual o Poder Público é credor.

De acordo com as novas regras, do total arrecadado pela comercialização dos direitos de transmissão, 92% serão distribuídos para os clubes da primeira e segunda

divisões (90% e 10%, respectivamente). Os 8% restantes devem ser distribuídos para a Liga, Federação, o Conselho de Esportes e um Fundo de Compensação, que beneficiarão, entre outros, clubes rebaixados, sindicatos, futebol feminino e futebol amador.

O valor destinado aos clubes da primeira divisão terá a seguinte distribuição: 50% de forma equitativa entre todas as equipes; 25% em função dos resultados das últimas temporadas; e 25% de acordo com outros aspectos, como o número de torcedores e a audiência gerada.

Com essas medidas, o Governo espera que o campeonato ganhe em competitividade e, gradualmente, aumente sua atratividade, aumentando também o potencial de angariar recursos com a comercialização dos direitos televisivos.

1.3. PORTUGAL

Portugal é mais um país que adota a negociação individual do direito de arena. Lá, três clubes destacam-se dos demais quanto aos valores arrecadados com a comercialização de direitos televisivos: Benfica, Porto e Sporting.

As últimas quinze edições da Primeira Liga tiveram apenas os três grandes clubes como vencedores: o Benfica, com cinco conquistas, o Porto, que ganhou nove títulos, e o Sporting, com um título no período. A disparidade é ainda maior se forem considerados os oitenta e dois anos de existência do campeonato português de futebol. Nesse período, apenas cinco clubes sagraram-se campeões. Além dos principais clubes do país, o Belenenses conquistou o título na temporada de 1945/1946 e o Boavista foi o campeão da temporada 2000/2001. As outras 80 edições do torneio tiveram um dos três grandes clubes de Portugal como campeão.

A disparidade, que já era grande, tende a aumentar ainda mais. Na temporada 2011/12, o Porto, clube que mais arrecadou com a venda de direitos televisivos, alcançou a quantia de 12,4 milhões de euros. Já o Olhanense arrecadou, na mesma temporada, apenas 1,6 milhão, representando uma proporção de 7,75 para 1.

Apesar de haver muita pressão interna para a venda coletiva dos direitos televisivos, parece que este cenário está longe de se efetivar. Em dezembro de 2015, o Benfica assinou um contrato milionário com uma operadora de TV por assinatura portuguesa, recebendo 400 milhões de euros pelo período de 10 anos. Logo em seguida,

o Porto anunciou contrato com a mesma operadora de TV, mas envolvendo, além dos direitos de transmissão, um contrato de patrocínio. Pelo que foi pactuado, a equipe receberá 457,5 milhões de euros, também por 10 anos de contrato. Por sua vez, o Sporting anunciou vendas de direitos televisivos e patrocínio pelo período de 12 anos, em um contrato que lhe renderá a quantia de 515 milhões de euros.

Enquanto isso, os pequenos clubes portugueses continuam a receber valores irrisórios, se comparados aos recebidos pelos três grandes clubes do país, fazendo crer que a disparidade existente por lá ainda irá perdurar por muitos anos.

1.4. ALEMANHA

A Bundesliga, nome dado ao campeonato alemão de futebol, também adota o modelo de negociação coletiva das cotas de TV. Dos valores arrecadados com a comercialização dos direitos televisivos, uma parte vai para um fundo da Liga. O restante é distribuído da seguinte maneira: 80% para os clubes participantes da primeira divisão do campeonato e 20% para os clubes que disputam a segunda divisão. Dentro de cada divisão, a repartição das receitas leva em conta a classificação das equipes nas últimas cinco temporadas, com pesos maiores para as temporadas mais recentes. Além disso, essa divisão por mérito esportivo tem o exato fator de 2 para 1, ou seja, o primeiro colocado recebe exatamente o dobro do último colocado.

Na temporada 2013/2014, a Bundesliga arrecadou 660 milhões de euros com a venda de direitos de arena, a serem divididos entre os clubes das duas principais divisões do campeonato. O Bayern de Munique, clube que mais recebeu, obteve uma receita de 36,9 milhões de euros. Na outra ponta da tabela, o Eintracht Braunschweig, lanterna da competição, recebeu 18,2 milhões de euros, o que revela uma proporção de 2,02 para 1.

O equilíbrio nas finanças também traz maior equilíbrio à competição. Nas últimas treze temporadas, a Bundesliga teve cinco campeões diferentes. Entretanto, apesar do equilíbrio, o Bayern de Munique sempre esteve um passo à frente de seus adversários, tendo conquistado os quatro últimos títulos da Bundesliga e o mais recente da Copa da Alemanha, além de ter sido campeão da Liga dos Campeões da UEFA na temporada 2012/13 e da Copa do Mundo de Clubes da FIFA.

O sucesso do Bayern de Munique em muito se deve à diversidade da fonte de suas receitas. Com o equilíbrio imposto pela divisão dos valores arrecadados com a venda dos direitos de arena, os clubes devem buscar outras fontes de renda se quiserem se sobressair nos campeonatos disputados. Foi o que fez o Bayern. Considerando-se dados de 2014, a receita proveniente das cotas de TV representava apenas 22% do total arrecadado pelo clube. O Departamento Comercial do Bayern arrecada 23% do total de suas receitas com a venda de publicidade e patrocínio. Contudo, a maior fonte de renda do clube alemão é a bilheteria conseguida nos dias de jogos em seu estádio, o Allianz Arena. Com média de público de mais de 70 mil torcedores por jogo, 55% do total da receita arrecadada pelo Bayern é proveniente da bilheteria de seu estádio.

1.5. ITÁLIA

A Itália adotou o modelo aberto de negociação dos direitos de arena desde 1999. A partir daquele momento, três clubes destacavam-se pelos valores arrecadados com as cotas de TV: Internazionale, Milan e Juventus.

No ano de 2007, a Autoridade Antitruste da Itália recomendou em um relatório que o sistema de negociação coletiva das cotas de TV fosse retomado, a fim de restabelecer uma maior competitividade à Série A italiana. Entretanto, foi necessária uma intervenção do Ministério do Esporte para que isso fosse concretizado.

Assim, a partir da temporada 2011/2012 os valores referentes ao direito de arena passaram a ser negociados coletivamente, com a seguinte regra de distribuição entre os vinte clubes integrantes da Série A: 40% divididos igualmente entre todos os clubes; 30% de acordo com o mérito esportivo; e 30% baseado no tamanho da torcida.

A divisão dos direitos televisivos, ainda que tente primar pela equidade na distribuição de recursos, não tem se mostrado totalmente satisfatória para estabelecer um bom nível de competitividade. Na temporada 2012/13, a Juventus recebeu um total de 95 milhões de euros provenientes da negociação de direitos televisivos. Já o Pescara, na mesma temporada, recebeu a quantia de 21,3 milhões de euros, resultando numa relação de 4,4 para 1. Com o novo modelo adotado pela Espanha, a divisão feita no campeonato italiano é uma das que mais diferencia grandes e pequenos clubes, ao lado do campeonato português, considerando-se as principais ligas nacionais da Europa.

Essa desproporção reflete-se também em campo. Desde a temporada 2001/02, o campeonato italiano teve somente três diferentes vencedores: Juventus, Milan e Internazionale.

A Itália, cujo campeonato ocupou o protagonismo do futebol mundial na década de 1990, atualmente é o segundo país que mais arrecada com a venda dos direitos televisivos de seus jogos, com um total de 960 milhões de euros anuais, muito distante dos valores obtidos pela *Premier League*, da Inglaterra.

1.6. INGLATERRA

A competição de futebol que mais arrecada com a venda de direitos televisivos no mundo é a *Premier League*, a primeira divisão do campeonato inglês, que recebe anualmente a impressionante soma de 1,9 bilhão de euros com a venda de direitos de TV, considerando-se somente os direitos de transmissão no país. Se forem levados em conta os contratos de transmissão internacional, a *Premier League* receberá ao todo mais de 9 bilhões de euros pelas próximas 3 temporadas, sendo assistida em mais de 200 países.

A forma de distribuição dos valores arrecadados com a venda dos direitos de transmissão dos jogos da *Premier League* tem servido de exemplo a outras ligas de futebol, não somente na Europa. A divisão de recursos com vendas de direitos televisivos para o mercado interno ocorre da seguinte maneira: 50% são divididos igualmente entre os 20 clubes participantes da competição; 25% são divididos levando-se em consideração o mérito esportivo, baseado na classificação no campeonato anterior; e 25% são divididos de acordo com a quantidade de jogos transmitidos por equipe. Importante ressaltar que esse modelo de divisão é adotado apenas para os valores negociados com as redes locais de TV. A receita proveniente da venda internacional de direitos de transmissão é dividida igualmente entre os 20 clubes participantes da *Premier League*. Na atual temporada, esse valor ultrapassou a quantia de 1 bilhão de euros.

Considerando-se somente os valores arrecadados com a venda dos direitos de transmissão domésticos, o Liverpool foi o clube que mais arrecadou na temporada 2013/2014: 97,5 milhões de libras. O Cardiff City, último colocado do campeonato, recebeu 62 milhões de libras provenientes dos contratos de transmissão dos jogos, ou

seja, uma proporção de 1,57 para 1, a mais igualitária entre as grandes competições europeias.

Esse modelo de divisão fez com que o campeonato inglês de futebol fosse um dos mais competitivos do mundo, tornando-se também o mais lucrativo. Não há dúvidas de que a justa divisão dos direitos televisivos auxiliou na construção da recente história protagonizada pelo Leicester City. O clube, após dez anos na segunda divisão do campeonato, teve uma campanha irregular na temporada 2014/15, livrando-se do rebaixamento na penúltima rodada. Já na temporada seguinte, foi o campeão da *Premier League* com duas rodadas de antecipação.

2 REGULAÇÃO CONCORRENCIAL

Em algumas oportunidades, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), autoridade de defesa da concorrência brasileira, apreciou demandas relacionadas à comercialização de direitos de cotas televisivas no mercado do futebol.

Em 20 de outubro de 2010, em decorrência do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11, que já se perdurava por anos, o Cade promoveu acordo com a Rede Globo e o chamado “Clube dos Treze”, que representava os principais clubes do futebol brasileiro, acerca de conduta de exclusividade na venda de direitos de transmissão dos jogos do campeonato brasileiro.

No acordo, o Cade admitiu que a venda dos direitos com exclusividade pode ser uma prática essencial no modelo de negócios do futebol. Por outro lado, a análise da autoridade antitruste destacou a importância de se garantir um espaço para a “concorrência pelo mercado” com regras claras e objetivas para o certame.

De modo sintético, por meio de um Termo de Compromisso de Cessação (TCC), restou acordado que cláusulas de preferência de renovação seriam excluídas; e que as cinco mídias que os contratos englobavam (TV aberta, TV fechada, *Pay per View* – PPV, Internet e Celular) deveriam ser ofertadas separadamente em concorrências com critérios claros e objetivos para a venda dos direitos de transmissão.

Contudo, merece destaque o recente posicionamento da autoridade de defesa antitruste brasileira ao analisar o Processo Administrativo nº 08700.009863/2014-70, instaurado em 5 de dezembro de 2014, após representação do Ministério Público

Federal (MPF), para apurar suposta prática anticoncorrencial no mercado de comercialização de cotas televisivas no futebol.

Para o MPF, o modo como os direitos televisivos são negociados no Brasil lesam a concorrência, assim como frustram os princípios da solidariedade desportiva nas relações estabelecidas entre os clubes de futebol e os veículos de comunicação, que transmitem os eventos desportivos no Brasil.

Em linhas gerais, o MPF sugere o modelo coletivo de negociação como alternativa ao modelo atual, pois o modelo individual enfraqueceria o poder de barganha dos clubes menores frente ao oligopólio da mídia televisiva, permitindo a prática de abuso de posição dominante, prevista no inciso IV do art. 36 da Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, sobretudo sob a ótica do § 1º do mesmo artigo:

Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

I – limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa;

II – dominar mercado relevante de bens ou serviços;

III – aumentar arbitrariamente os lucros; e

IV – exercer de forma abusiva posição dominante.

§ 1º A conquista de mercado resultante de processo natural fundado na maior eficiência de agente econômico em relação a seus competidores não caracteriza o ilícito previsto no inciso II do *caput* deste artigo.

Desse modo, o MPF defende que a negociação coletiva dos direitos de transmissão permite a existência de posição dominante hábil a prejudicar a concorrência – e em última instância o consumidor equiparado (torcedor) pelo art. 3º da Lei nº 10.671, de 2003 –, ainda que sob o manto da autonomia constitucional desportiva prevista no art. 217, I, da Constituição Federal.

O Cade oficiou à Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e à Globo Comunicações e Participações S.A (Globo) para o esclarecimento de questões para fins de instrução.

Na análise do mérito do processo em comento, o Cade faz uma distinção entre “competição desportiva e um maior nível de competitividade entre times praticando um esporte” e “concorrência entre a oferta de bens e serviços por agentes de mercado aos consumidores”. Esta última é que para a autoridade antitruste é o objeto de defesa da Lei nº 12.529, de 2011.

Entende o Cade que sua competência estaria adstrita a problemas concorrenciais e não competitivos desportivamente, a saber:

A competência de análise do Cade no presente caso, assim como no caso anterior descrito em seção antecedente desta Nota, se restringe, justamente, a eventuais problemas concorrenciais com consequências negativas aos consumidores porventura advindos da relação mercadológica entre os clubes de futebol, enquanto empresas fornecedoras de um produto, e outros agentes de mercado com os quais transacionam, como veículos de mídia, por meio de transações comerciais. E note-se que, ainda assim, os aspectos a serem zelados pelo Cade dizem respeito também a consequências mercadológicas dessas relações, como níveis de oferta e preços, que possam afetar os consumidores enquanto adquirentes de produtos (como produtos de mídia, por exemplo). **As consequências desportivas dessa relação não são de competência do órgão de defesa da concorrência, devendo ser endereçadas pelas autoridades competentes, a exemplo de projetos de lei sobre a matéria que tramitam no Legislativo.** (Destaque dos autores).

Ultrapassada a questão de competência, o Cade fez uma análise de concorrência mercadológica, concluindo pela não imposição de um modelo específico, no caso, o modelo de negociação coletiva, justamente por ser contrário à livre concorrência e livre negociação:

Sob esse aspecto, o fato é que, apesar das elucidações apontadas pelo MPF, a negociação coletiva compulsória não é vista, necessariamente, como o melhor modelo a ser adotado para a negociação dos direitos televisivos das partidas de futebol, existindo diversos questionamentos sobre essa forma de negociação, principalmente por simular um cartel na venda dos direitos de transmissão. Em outras palavras, a imposição de um modelo de negociação coletiva tende, salvo robusta comprovação em contrário, a ser estranha de um ponto de vista concorrencial, pois justamente substitui um modelo de livre concorrência, em que os agentes que possuem maior apelo junto ao consumidor são mais procurados, vendem mais e são mais bem pagos, por um modelo

artificial em que se suprime essa concorrência e essa livre negociação por uma obrigatoriedade dos clientes (e ao fim, dos consumidores) de comprar mais de um produto que não desejam ou que tem menor apelo.

Em suma, os pontos que fizeram o Cade não interferir no modelo de negociação dos agentes privados foram: *a)* assimetria de informação da autoridade antitruste em face das agremiações e empresas televisivas; *b)* existência de Termo de Compromisso de Cessação realizada no âmbito do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11 para coibir a presença de cláusulas de preferência e exclusividade; e *c)* incompetência do Cade para regulamentar questões de caráter estritamente desportivo.

Portanto, a autoridade antitruste entendeu por arquivar a averiguação de suposta prática anticoncorrencial perpetrada por empresas televisivas e agremiações esportivas, pois não encontrou indícios robustos de infração à ordem econômica. Ressaltou, contudo, que se o Poder Público entender que o modelo de negociação coletiva é socialmente desejado, os foros competentes poderiam ser **via legislador** ou outras autoridades administrativas.

O MPF interpôs recurso, o qual o Cade decidiu pelo não provimento, mantendo intacta a Nota Técnica proferida pela Superintendência-Geral. Na sequência, foram opostos embargos de declaração, os quais foram rejeitados por falta de previsão regimental.

3 PROPOSIÇÕES EM TRÂMITE NO LEGISLATIVO FEDERAL

3.1. DO PROJETO DE LEI (PL) Nº 2.019, DE 2011

Em 16 de agosto de 2011, o Deputado Mendonça Filho propôs Projeto de Lei (PL) para regulamentar a venda dos direitos de transmissão de jogos de futebol do campeonato brasileiro pela televisão. O projeto criava lei extravagante nos seguintes termos:

Art. 1º Esta lei regula a venda dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro de futebol para todas as séries existentes.

Art. 2º Em cada série, a venda dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro de futebol será feita de forma unificada e centralizada por instituição que represente todos os clubes de futebol envolvidos.

§ 1º Os clubes de futebol que participarem de cada série do campeonato brasileiro deverão, pelo menos seis (6) meses antes da venda dos direitos, indicar as instituições de que trata o *caput* deste artigo.

§ 2º Havendo dissenso, a concordância de sessenta por cento (60%) ou mais dos clubes de uma dada série será suficiente para a indicação da entidade representativa.

Art. 3º A venda dos direitos de transmissão será realizada por concorrência pública com base em critérios objetivos e transparentes.

§ 1º A instituição que represente os clubes de futebol escolherá o critério de definição do vencedor da concorrência pública, podendo incluir medidas do potencial da compradora de gerar audiência para os jogos e receitas publicitárias para os clubes.

§ 2º Os contratos que firmarem a venda dos direitos de transmissão dos jogos do Campeonato Brasileiro serão públicos e não poderão incluir qualquer tipo de cláusula de preferência ao vencedor do certame para as próximas concorrências.

§ 3º O prazo máximo de validade de um contrato de venda dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro será de três (3) anos.

Art. 4º A instituição representante dos clubes da série A deverá ofertar os direitos de transmissão de jogos na TV em pelo menos dois pacotes distintos, um para a TV aberta e outro para a TV fechada, que inclui o sistema pay per view.

§ 1º O número preciso de pacotes e os direitos neles contidos serão definidos pela instituição representante dos clubes.

§ 2º A instituição decidirá se o mesmo grupo econômico poderá ganhar as concorrências para todos os pacotes ou se haverá restrições.

§ 3º Havendo um único ganhador de todos os pacotes, este último será obrigado a sublicenciar direitos a outra emissora para pelo menos dois jogos por semana, podendo ser reduzido para um jogo, caso a rodada tenha menos jogos que o normal.

Art. 5º As emissoras de televisão aberta não poderão dedicar mais do que 10% do tempo da programação com o campeonato brasileiro para a transmissão de jogos ao vivo de um clube individualmente.

Art. 6º As emissoras de televisão aberta não poderão dedicar mais do que 20% do tempo da programação com o campeonato brasileiro para a transmissão de jogos ao vivo de dois clubes.

Art. 7º Os clubes dividirão as receitas auferidas pela venda dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro da seguinte forma:

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

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

Art. 8º. Esta lei entra em vigor a partir de três anos da última venda dos direitos de transmissão do campeonato brasileiro, ocorrida antes da publicação desta lei.

O PL inicialmente foi despachado às Comissão de Turismo e Desporto, de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Constituição e Justiça e de Cidadania. Contudo, em 13 de novembro de 2012, o próprio autor da proposição requereu a retirada do PL de tramitação.

3.2. DO PROJETO DE LEI (PL) Nº 7.681, DE 2014

Em 5 de junho de 2014, o Deputado Raul Henry apresentou proposição legislativa para dispor sobre a distribuição dos recursos oriundos da comercialização dos direitos de transmissão de imagem de eventos esportivos. O PL propunha alterar o art. 42 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para assim dispor:

Art.42.

§ 4º Nos torneios e campeonatos profissionais, de âmbito nacional ou regional, a comercialização dos direitos de que trata o *caput* deste artigo deverá ser realizada de **forma coletiva e unificada**, por meio de **instituição que represente todas as entidades** de prática desportiva participantes do torneio ou campeonato, que será escolhida pela maioria absoluta das entidades de prática desportiva participantes do torneio ou campeonato.

§ 5º Ressalvado o disposto no §1º deste artigo, a receita proveniente da comercialização dos direitos de que trata o *caput* deste artigo, realizada na forma do § 4º, será distribuída na seguinte proporção:

I – **50%** da receita serão divididos equitativamente entre **todas as entidades de prática** desportiva participantes do torneio ou campeonato;

II – **25%** da receita serão divididos conforme a **classificação na última temporada** do mesmo torneio ou campeonato; e

III – **25%** da receita serão divididos de forma **proporcional à média do número de jogos transmitidos** no ano anterior.

§ 6º Os **contratos** que tiverem por objeto a comercialização de que trata o *caput* deste artigo:

I – deverão ser **publicados** nos sítios eletrônicos das entidades de administração de desporto, de âmbito nacional ou regional, organizadoras dos campeonatos ou torneios objeto dos referidos contratos;

II – **não** poderão conter nenhuma **cláusula de preferência para renovação** ao contratado para transmitir as partidas do torneio ou campeonato.

§ 7º A instituição representante das entidades de prática desportiva pertencentes à principal divisão de campeonato profissional de âmbito nacional, escolhida na forma do disposto no § 4º, **deverá**, nos termos do § 5º, **negociar** os direitos de transmissão de imagem dos eventos esportivos em pelo menos dois pacotes distintos de transmissão, um para a **TV aberta** e outro para a **TV fechada**, que inclui o sistema *pay per view*.

§ 8º As emissoras de televisão aberta não poderão dedicar mais do que dez por cento do tempo de transmissão ao vivo, de todas as partidas da principal divisão de campeonato profissional de âmbito nacional, para a transmissão de jogos ao vivo de uma entidade de prática desportiva individualmente e mais do que vinte por cento para a transmissão de jogos ao vivo de duas entidades de prática desportiva. (Destaque dos autores)

O PL, inicialmente, foi despachado às Comissão do Esporte, de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática e de Constituição e Justiça e de Cidadania. Contudo, com o fim da legislatura, foi arquivado, nos termos do art. 105 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

3.3. DOS PROJETOS DE LEI (PL) Nº 755, DE 2015 E Nº 982, DE 2015

O Projeto de Lei nº 755, de 2015, de autoria do Deputado Betinho Gomes, e o Projeto de Lei nº 982, de 2015, de autoria do Deputado Fábio Ramalho, objetivam alterar o art. 42 da Lei nº 9.615, de 24 de março de 1998, para dispor sobre a distribuição dos recursos oriundos da comercialização dos direitos de fixação, transmissão e retransmissão de imagens de eventos esportivos, nos mesmos moldes do antigo Projeto de Lei nº 7.681, de 2014.

Atualmente, esses dois projetos com a mesma pretensão tramitam na Câmara dos Deputados e encontram-se na Comissão do Esporte daquela Casa, aguardando emissão de parecer pelo relator designado, o Deputado Carlos Eduardo Cadoca.

3.4. DO RELATÓRIO APRESENTADO AO SENADO PELA COMISSÃO DE JURISTAS RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DE ANTEPROJETO DE LEI GERAL DO DESPORTO BRASILEIRO

Em outubro de 2015, instalou-se no Senado Federal uma comissão de juristas que tinha por objetivo elaborar o anteprojeto de uma nova Lei Geral do Esporte.

Após mais de um ano de debate, a comissão entregou ao presidente do Senado Federal seu relatório³, que contém o texto do anteprojeto aprovado por seus membros.

Ao tratar do direito de arena, a Comissão firmou entendimento análogo ao que determina a legislação atual, ou seja, o direito pertence às organizações esportivas que se dedicam à prática esportiva.

Primando pela autonomia das entidades esportivas, a Comissão de Juristas não determinou qualquer modelo de negociação a ser seguido pelos detentores dos direitos de transmissão, apenas afirmou que “a difusão de imagens e sons captados em eventos esportivos é passível de exploração comercial”.

Porém, o art. 205 do anteprojeto apresentou inovação ao estabelecer princípios que devam nortear a comercialização de direitos de difusão de imagens de eventos esportivos. Repetimos, aqui, os princípios inseridos no texto do anteprojeto, por sua importância relativa ao tema abordado neste estudo.

Art. 205. A comercialização de direitos de difusão de imagens de eventos esportivos deve resguardar os seguintes princípios:

I – o interesse público na difusão dos eventos esportivos do modo mais abrangente possível;

II – o direito do torcedor de acompanhar a organização esportiva, a competição e os atletas de seu interesse;

III – a liberdade de comunicação;

IV – a liberdade de mercado;

V – a livre concorrência e a prevenção às práticas de mercado anticompetitivas;

³ O relatório final da Comissão de Juristas pode ser lido na página da comissão no sítio do Senado: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?7&codcol=1992&data1=2016-10-04&data2=2017-03-21>

VI – a integridade do esporte, a igualdade entre os competidores e a solidariedade esportiva; e

VII – a proteção da empresa nacional e da produção de conteúdo próprio local.

Observe-se que a liberdade de mercado é um dos princípios a ser verificado na comercialização de direitos de transmissão. O que nos chama a atenção, porém, é o conteúdo do inciso VI do citado artigo. Ao defenderem que sejam observadas a integridade do esporte, a igualdade entre os competidores e a solidariedade esportiva, os juristas e legisladores demonstram sua preocupação com o balanço competitivo que deve existir em torneios, não importando qual seja a modalidade esportiva.

Ponderamos que a competitividade é elemento primordial em qualquer disputa esportiva, e que ela está intrinsecamente ligada à igualdade existente entre os competidores, aqui entendida como a paridade de armas que eles possuem.

Nesse ponto, cabe uma reflexão: a enorme discrepância entre os valores pagos a diferentes equipes de futebol a título de direitos televisivos é fator suficiente para macular a igualdade entre competidores? E se esses valores forem a principal fonte de renda dos clubes disputantes de uma mesma competição?

São perguntas que nos fazem pensar acerca do futuro da principal competição de futebol no País. Respeitam-se, na comercialização de direitos televisivos, os princípios da igualdade entre os competidores e a solidariedade esportiva?

Entendemos que essas reflexões também devam ser feitas pelos representantes dos clubes de futebol e das entidades de administração desse esporte, em nome do fortalecimento da competição.

4 NOTAS CONCLUSIVAS

Analisando-se os dados dos últimos campeonatos brasileiros de futebol, percebe-se que não há um amplo domínio de uma ou outra equipe, mas um equilíbrio refletido na diversidade de clubes que foram campeões nos últimos catorze anos (a partir da adoção do modelo de pontos corridos). Desde 2003, sete clubes já se sagraram campeões nacionais. Outros cinco diferentes clubes conquistaram o segundo lugar no campeonato.

Entretanto, esse equilíbrio existente pode ser comprometido caso a tendência atual de divisão de receitas provenientes das cotas de TV seja mantida. Criar tamanha diferenciação financeira entre clubes participantes do mesmo campeonato pode fazer com que a competitividade (e, conseqüentemente, a atratividade) diminua. Isso é ainda mais grave se levarmos em conta que a principal fonte de receita dos clubes brasileiros é justamente a negociação do direito de arena a que fazem jus. Se os clubes que mais recebem forem bem administrados, será difícil algum clube com orçamento mais modesto conseguir competir com os maiores em condições de igualdade. Foi o que ocorreu durante muito tempo no campeonato espanhol (e que talvez ainda ocorra por muitos anos, até que as finanças se equilibrem um pouco mais). É o que ocorre, também, em Portugal, que tende a seguir da mesma maneira, com as negociações individuais de direitos televisivos distanciando cada vez mais os grandes e pequenos clubes da competição.

A adoção da negociação coletiva dos direitos de transmissão beneficia campeonato e torcedores. A busca de fontes diversas de renda fará com que os clubes se aproximem cada vez mais de suas torcidas, investindo em programas de sócio-torcedor e criando incentivos para que a torcida compareça aos jogos.

No ano de 2013, o Campeonato Brasileiro foi o 15º colocado no *ranking* de média de público por partida nos campeonatos nacionais de futebol, de acordo com estudo realizado pela Pluri Consultoria. Com uma média de 14.951 torcedores por jogo, o Brasil ficou atrás de países com pouca tradição no futebol, como China, Japão e Turquia, além das **segundas divisões** dos campeonatos da Alemanha e Inglaterra.

A Alemanha lidera o *ranking*, com a média de 43.173 torcedores por jogo. Em seguida vem a Inglaterra, com a média de 36.589 torcedores. Importante ressaltar que a taxa de ocupação média dos estádios nesses países chega a 95% da capacidade total. No Brasil, a taxa de ocupação é de 38,6%.

A preocupação com a divisão das cotas de TV entre os clubes brasileiros não é recente. Desde que foi implantado o regime de negociação individualizada dos direitos de arena, especialistas e dirigentes ligados ao esporte alertam para o risco de diminuição da competitividade do campeonato.

Em agosto de 2011, foi apresentado na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei (PL) nº 2.019, de 2011, de autoria do Deputado Mendonça Filho. A proposição tinha

como finalidade instituir a negociação coletiva dos direitos de transmissão dos jogos do campeonato brasileiro de futebol. Porém, em novembro de 2012, o projeto foi retirado pelo autor.

Com o mesmo intuito, tramitava na Câmara dos Deputados o PL nº 7.681, de 2014, de autoria do Deputado Raul Henry, que tinha o objetivo alterar o art. 42 da Lei Pelé para instituir a negociação coletiva dos direitos de transmissão de imagem de eventos esportivos, seguindo o modelo de distribuição adotado pela *Premier League*, além de outras medidas relacionadas aos direitos de transmissão. O projeto foi arquivado no final de 2014, por ocasião do fim da legislatura, sem que seu mérito houvesse sido analisado por qualquer comissão da Casa.

Atualmente, dois projetos com a mesma pretensão tramitam na Câmara dos Deputados. Tratam-se dos Projetos de Lei nº 755, de 2015, de autoria do Deputado Betinho Gomes, e nº 982, de 2015, de autoria do Deputado Fábio Ramalho, que tramita apensado ao primeiro. Ambos se encontram na Comissão do Esporte daquela Casa, aguardando emissão de parecer pelo relator designado, o Deputado Carlos Eduardo Cadoca.

Analisando-se as experiências de alguns dos mais importantes campeonatos europeus de futebol, podemos concluir que o modelo de negociação coletiva de direitos televisivos é benéfico para a competição, fortalecendo os clubes de maneira equitativa. De forma inversa, a negociação individual dos direitos televisivos tende a “beneficiar” um número muito restrito de equipes, fazendo com que o campeonato se transforme em uma disputa particular entre dois ou três clubes na busca pelo título.

Com efeito, a competitividade do campeonato, entre outros fatores, está ligada à distribuição de bons jogadores pelos diversos clubes que o disputam. O balanço competitivo é o fator que produz a ideal dosagem de incerteza dos resultados, fazendo com que a atratividade da competição aumente, gerando expectativa nos torcedores. Porém, uma grande desproporção nas receitas dos clubes faz com que haja desequilíbrio também nos resultados obtidos ao longo da competição.

Ressaltamos, todavia, nosso respeito pelo mandamento constitucional que assegura autonomia às entidades desportivas dirigentes e associações, quanto a sua

organização e funcionamento⁴. Assim, apesar de concordarmos com o modelo de negociação coletiva de direitos televisivos, entendemos que a iniciativa deveria partir dos clubes e entidades de administração do futebol, como grandes interessados no fortalecimento da competição como um todo.

O que se deve ter em mente é que esse modelo não traz prejuízo a nenhum clube envolvido, nem mesmo àqueles que atualmente recebem quantia superior aos demais. Um campeonato com maior competitividade atrairia interesse de outros mercados, propiciando o acréscimo na fonte de renda de todos os participantes da disputa, fazendo com que a competição se fortalecesse cada vez mais. Nesse cenário, um pensamento individualista e que vise a resultados de curto prazo traz mais prejuízos do que os benefícios que seriam gerados por uma competição mais atrativa e consistente.

Apesar disso, consideramos que eventual intervenção estatal no modelo de negociação de direitos televisivos afronte a autonomia desportiva garantida pela Constituição Federal. No entanto, entendemos que são consistentes os argumentos daqueles que desejam fazê-lo, por reconhecer que a intenção do legislador que age nesse sentido seja a preservação da saúde de um esporte tão representativo de nossa cultura.

No que importa ao aspecto econômico-regulatório dos direitos de transmissão esportiva, não há hoje qualquer regra legal que obrigue clubes a negociarem coletivamente ou individualmente. De modo que a negociação coletiva dependeria da vontade de todos os clubes em chegar a um consenso com relação aos critérios.

Nessa linha, trazemos o entendimento de que a autoridade antitruste, sob o ponto de vista da competição de mercado, se abstém de definir os critérios de interferência no modelo negocial. Pode ela intervir, como assim o fez no âmbito do Processo Administrativo nº 08012.006504/97-11, para coibir a presença de cláusulas de preferência e exclusividade.

A autoridade antitruste preocupa-se, essencialmente, com a competição de mercado e não a desportiva. Desse modo, entendemos que o foro mais adequado é o próprio legislativo, caso a intenção seja disciplinar o modelo negocial com vistas a alcançar um fim maior, qual seja, o desenvolvimento da competição esportiva, respeitando, todavia, as ressalvas de proteção do mercado previstas na jurisprudência do Cade.

⁴ Constituição Federal. Art. 217. É dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não formais, como direito de cada um, observados: I – a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto a sua organização e funcionamento; [...]

Missão da Consultoria Legislativa

Prestar consultoria e assessoramento especializados ao Senado Federal e ao Congresso Nacional, com o objetivo de contribuir com o aprimoramento da atividade legislativa e parlamentar, em benefício da sociedade brasileira.



Núcleo de Estudos
e Pesquisas

Consultoria
Legislativa

