

A economia política do futebol brasileiro no século XXI: hipercomodificação, novos estádios e a renegociação dos direitos de TV¹

Ana Carolina Vimieiro²
Universidade Federal de Minas Gerais

Resumo

Este trabalho analisa as relações de poder e as formas de comercialização que caracterizam atualmente o futebol brasileiro. O artigo estabelece um paralelo entre desenvolvimentos históricos na economia política do futebol europeu com o brasileiro para construir o principal argumento: que a indústria brasileira está testemunhando no século XXI o que pode ser chamado de período da hipercomodificação. Dois elementos na economia política do setor são determinantes para essa nova organização cultural: (1) a Copa do Mundo de 2014 – e os 12 estádios renovados ou construídos para o evento – e (2) a recente renegociação dos direitos de TV, que implicou num aumento significativo das receitas com mídia dos principais clubes. Ao final, sugerimos futuras agendas de pesquisa para os estudos de economia política do futebol.

Palavras-chave: economia política; futebol; copa 2014

Introdução

O futebol europeu viveu dois períodos de profundas mudanças em sua organização cultural na segunda metade do século XX. O primeiro foi nos anos 1960, quando diante das transformações que o boom do pós-guerra gerou, sobretudo na Inglaterra, o setor passou por processos relativamente iniciais de comodificação e internacionalização (CRITCHER, 2007[1979]). À época, a Grã-Bretanha vivenciou um período de domínio das ideias keynesianas (como o incentivo ao consumo pelas classes menos privilegiadas), um crescimento exponencial do mercado de massa (dominado principalmente por produtos americanos) e, atrelado a isso tudo, uma alta considerável nos salários dos trabalhadores. Esse cenário teve um importante papel na pressão para se acabar com a política de teto salarial e os sistemas de transferência e retenção de jogadores adotados pela *Football League* desde sua criação em 1888 (KING, 1995). O fim do teto salarial em 1961 e a flexibilização das relações de trabalho que consecutivas reformas nos sistemas de transferência e retenção ocasionaram nos anos 1960 e 1970

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XVII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisadora de Pós-Doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Doutora em Comunicação pela Queensland University of Technology (QUT, Austrália). Contato: acvimieiro@gmail.com

intensificaram substancialmente os custos dos clubes e estimularam uma rápida e debilitante espiral inflacionária.

No fim dos anos 1980 e início dos anos 1990, o setor experienciou uma nova onda de mudanças com a intensificação dos processos de comodificação e globalização (GIULIANOTTI, 2002). A espiral inflacionária nos gastos dos clubes junto com outros fatores como a péssima administração do setor e o aumento dos casos de hooliganismo levaram a um cenário de crise profunda, principalmente na Inglaterra (TAYLOR, 1992). As empresas de TV se recusavam a negociar com o esporte, o público nos estádios chegou aos níveis mais baixos desde 1948, e uma sequência de desastres que incluem o incêndio no estádio de Bradford (1985), as brigas entre torcedores ingleses e italianos em Heysel (1985), e, o mais grave de todos, o de Hillsborough, em Sheffield (1989), corroboraram para uma crise que era tanto financeira e administrativa quanto social (TAYLOR, 1992). As investigações do desastre de Hillsborough, que deixou 96 mortos e outros 400 feridos, levaram a publicação do *Taylor Report*, cuja principal recomendação era que todos os estádios deveriam adotar cadeiras em todos setores por questões de segurança. O *Taylor Report* acabou se transformando então num dos fatores determinantes para desdobramentos futuros tanto em termos de regulamentação quanto de organização econômica do futebol europeu (BROWN, 1998).

O modelo *all-seater* foi adotado ao final da temporada de 1994 na Inglaterra (BROWN, 1998). Fruto do *Taylor Report*, o modelo foi considerado à época altamente controverso mesmo sob o ponto de vista da segurança. Como Brown (1998) explica, o sentimento entre os torcedores era que os clubes estavam tirando vantagem da situação e usando a oportunidade para modernizar e transformar a composição do público do esporte. Um público diferente e ingressos mais caros (supostamente para bancar a adoção do novo modelo) representariam um caminho para enfrentar a crise. No cenário do final dos anos 1980 e início dos 1990 de aprofundamento das políticas neoliberais e fim do bloco soviético, a *Premier League* é então criada e demarca o início do que Giulianotti (2002) chamou de período da hipercomodificação do esporte.

Giulianotti (2002) define concisamente comodificação como “o processo pelo qual um objeto ou prática social adquire um valor de troca ou um sentido voltado para o mercado” (2002, p. 26, tradução nossa). Para o autor, o tipo de comodificação experimentado pelo futebol europeu nos anos 1960 pode ser classificado como moderno e o que tem ocorrido desde os anos 1980 é de uma ordem pós-moderna. A diferença é

que as mudanças associadas com o último período são sintomáticas das condições do capitalismo desorganizado, que é “pós-industrial, pós-moderno e pós-fordista na sua forma estrutural e cultural, e altamente reflexivo na sua manifestação social” (GIULIANOTTI, 2002, p. 29, tradução nossa).

Em termos mais concretos, hipercomodificação no futebol significa um aumento expressivo das fontes e volumes de capital envolvidos na operação do setor. Por exemplo, aqueles vindos de redes de TV a cabo, por satélite e serviços de pay-per-view; empresas de Internet e telecomunicações e empresas transnacionais de artigos esportivos; outras companhias transnacionais envolvidas no patrocínio de clubes e estádios e aqueles advindos da venda de ações na bolsa de valores. Nesse sentido, o futebol passa a ser organizado seguindo a lógica do mercado, operando como um setor da economia como outro qualquer. Para Giulianotti (2002), a orientação neoliberal do esporte a partir dos anos 1990 teve profundas implicações para as culturas torcedoras e para as relações entre torcedores e seus clubes na Europa. Se antes dos anos 1960, as culturas torcedoras eram circunscritas e dominadas pelos valores das culturas trabalhadoras (CRITCHER, 2007[1979]), o boom do pós-guerra inicia o que é intensificado pelos processos de comodificação dos anos 1990: uma reconfiguração profunda das relações sociais que demarcam o futebol, com a aproximação do torcedor à figura do consumidor.

Nesse texto, nosso principal argumento é que a Copa do Mundo teve no Brasil um efeito similar ao *Taylor Report* na Inglaterra. Desenvolvemos ao longo do artigo uma análise das forças econômicas estruturantes do setor e a análise culmina numa discussão sobre o papel central desempenhado por dois elementos para a fase de hipercomodificação do futebol brasileiro: (1) a Copa do Mundo de 2014 — e os 12 estádios renovados ou construídos para o evento — e (2) a renegociação dos direitos de TV em 2011, que implicou num aumento significativo das receitas com mídia dos principais clubes. Vários paralelos podem ser traçados entre os desenvolvimentos do futebol brasileiro e inglês. Uma das diferenças fundamentais, entretanto, é o contexto social que demarca o início dos processos de comodificação e o aprofundamento deles.

No Brasil, governos de direita e políticas claramente neoliberais estavam em voga no período inicial de comodificação: final dos anos 1980, início dos anos 1990, portanto no momento em que o futebol europeu já vivia uma intensificação da lógica de mercado no setor. O período de hipercomodificação no Brasil é diferentemente da

Inglaterra marcado por governos pós-neoliberais (SADER, 2013; YATES & BAKKER, 2014), que são vertentes inspiradas de alguma forma na escola keynesiana — é, portanto, em algum sentido, o inverso do que houve por lá. O período de hipercomodificação no Brasil tem início nos anos 2000 após a eleição de Lula, ainda que seus contornos tenham ficado mais explícitos na segunda década do século XXI. Na sequência, eu preparo o terreno para a discussão da economia política atual fazendo uma contextualização histórica de períodos anteriores.

Contextualização histórica: intervenção estatal, redemocratização e flexibilização das relações de trabalho

O futebol brasileiro já foi organizado economicamente de diferentes formas. Estudos anteriores, sobretudo aqueles que buscaram periodizar os desenvolvimentos históricos do esporte no país, identificaram formas diversas de comercialização e relações de poder (LEVINE, 1980; OURIQUES, 1999; RODRIGUES, 2007). As décadas de 1950, 1960 e 1970, que são aquelas geralmente consideradas os anos de ouro do futebol no Brasil, demarcaram um período de intensa intervenção estatal na modalidade. Nessa época, o setor era largamente financiado pelo Estado e foi o apoio do governo militar que, por exemplo, tornou viável a criação e realização do Campeonato Brasileiro de 1971 (RODRIGUES, 2007).

O início dos processos de comodificação do futebol coincidem, não por acaso, com o fim da ditadura e o processo gradual de redemocratização. A Copa União, em 1987, foi o primeiro campeonato organizado de uma forma mais mercadológica no Brasil, com o Clube dos 13, responsável pelo torneio, fechando contratos de patrocínio com a Coca-Cola, a Varig e a Rede Globo. Essa edição demarca o início da relação entre o esporte mais popular do país e a emissora da família Marinho, que televisionou pela primeira vez na história os jogos do campeonato nacional ao vivo naquele ano. De acordo com Santos (2013a), o primeiro contrato entre Globo e Clube dos 13 era um acerto para cinco anos pelo qual a empresa se comprometeria a pagar US\$3,4 milhões por temporada aos clubes.

Segundo Ouriques (1999), a entrada da lógica de mercado no setor do futebol foi em grande medida possível em virtude da inclusão do artigo 217 na Constituição Brasileira de 1988. É esse artigo que define que é papel do Estado promover a prática formal e informal de atividades esportivas, mas também observar a autonomia de

confederações, associações e líderes esportivos quanto à organização e operação das diferentes modalidades. Esse dispositivo tornou possível inclusive que novas mudanças fossem introduzidas tais como aquelas definidas pela Lei Zico (1993) e pela Lei Pelé (1998).

Uma das principais questões debatidas durante o processo de tramitação da Lei Zico e que foi efetivamente transformada com a Lei Pelé foi a relação de trabalho do jogador com o clube. As relações de trabalho dos jogadores eram regidas desde 1976 pela Lei do Passe. O passe era um tipo de compensação financeira paga ao clube de formação do jogador quando de sua primeira transferência. Um termo contratual, o passe impedia que os jogadores fossem liberados no meio da temporada e era uma das principais fontes de renda, principalmente dos pequenos clubes, tradicionalmente responsáveis pelo treinamento inicial dos atletas. O passe, no contexto brasileiro, tinha um efeito similar aos sistemas de transferência e retenção da Inglaterra e a sua extinção com a Lei Pelé em 1998 implicou, entre outras coisas, em: uma maior flexibilização das relações de trabalho de jogadores, que agora podem se transferir para outros clubes com mais facilidade; um aumento dos investimentos de agentes externos nas negociações de atletas; e numa busca necessária por outras fontes de receita, especialmente por aqueles clubes que se especializam em fornecer o treinamento inicial para os jogadores jovens. Assim como na Inglaterra, o passe foi substituído por um sistema de multas compensatórias por aqui.

As Leis Zico e Pelé tinham claramente um viés neoliberal e a tramitação de ambas se configurou como um embate entre as oligarquias do futebol, representadas nesse contexto pela Bancada da Bola, e grupos com interesses em explorar o potencial de mercado do setor no Brasil. Para Rodrigues (2007), o projeto de Zico, por exemplo, estava relacionado com a conjuntura brasileira da época e se alinhava às mudanças que o país estava vivenciando. Em termos econômicos, o Brasil testemunhava uma série de transformações, como a criação do Real, a abertura da economia para o mercado internacional, as privatizações e a flexibilização crescente das relações de trabalho. Como diz Rodrigues (2007), “na verdade, o país adotou o discurso da globalização e do liberalismo, substituindo o modelo nacional-desenvolvimentista pelo modelo-discurso da eficiência do mercado” (p. 129).

O setor esportivo se desenvolveu nesse ambiente e, portanto, as medidas adotadas nesse campo focavam em melhorar os serviços oferecidos aos torcedores (que

começavam a se tornar consumidores) e incentivar a participação de empresas privadas no setor. A intenção era tirar parte do financiamento público e em alguma medida liberar o futebol do controle do Estado. Essas medidas em geral buscavam criar oportunidades para avançar o marketing esportivo, uma das facetas do tipo de futebol orientado para o mercado que estava se formando (RODRIGUES, 2007).

Ainda na década de 1990, para ser mais precisa em 1997, a Rede Globo assinou um novo contrato com o Clube dos 13 que se manteve praticamente o mesmo até 2011. Nesse período, a emissora deteve os direitos de todos os meios, incluindo do serviço de pay-per-view, que começou a ser comercializado em 1997. Ao longo dos anos, a Globo sublicenciou esses direitos para diferentes empresas — Rede Bandeirantes (1997-1999 e 2007-2010) e Record (2002-2006) — mas sempre com o poder de decisão se seria a transmissora exclusiva e sobre o que as outras redes poderiam transmitir (SANTOS, 2013a). Passemos à fase atual.

A hipercomodificação do futebol brasileiro

Nos anos 2000, o país inicia uma nova onda de transformações com a eleição de Lula, primeiro presidente de esquerda desde João Goulart. Lula adotou uma orientação política que tem sido chamada de abordagem pós-neoliberal (GRUGEL & RIGGIROZZI, 2012; SADER, 2013; YATES & BAKKER, 2014). O pós-neoliberalismo tem sido caracterizado como um projeto utópico assim como um “conjunto de projetos políticos emancipatórios que têm o objetivo de superar a herança ideológica e política do neoliberalismo” (YATES & BAKKER, 2014, p. 3, tradução nossa). Intrinsecamente relacionado ao projeto político-ideológico do neoliberalismo, o pós-neoliberalismo, entretanto, refunda princípios econômicos em valores sociais, o que para Yates e Bakker (2014) desafia o cerne dos valores de mercado do neoliberalismo ortodoxo.

Essa refundação da economia ocorre através de dois processos: (1) uma ressocialização através de políticas e práticas redistributivas; e (2) o aprofundamento da democracia pelo estabelecimento de um nível maior de autonomia e auto-governança através de processos de autodeterminação cultural. O princípio da ressocialização inclui o ressurgimento do Estado e a socialização da economia de mercado; e o do aprofundamento da democracia abrange a repolitização da sociedade civil e uma integração regional (através de uma nova economia política regional). No Brasil, o pós-

neoliberalismo assumiu uma ideologia político-econômica específica que Calderón (2008) chamou de “reformismo prático e neoestruturalismo”. Essa variante inclui uma renovação e recriação do sistema partidário; a construção de alianças econômicas; um gerenciamento institucional que combina crescimento econômico com políticas inclusivas; e uma relação pragmática com os Estados Unidos. Outros exemplos desse modelo em particular são Chile e Peru, onde “estabilidade econômica e crescimento são priorizados, mas executados lado-a-lado de experimentos de institucionalização de formas participativas de tomada de decisão” (YATES & BAKKER, 2014, p. 13, tradução nossa).

Para Sader (2013), o pós-neoliberalismo não compreende uma ruptura completa com o neoliberalismo; além disso, ele não cria uma lógica totalmente oposta a este porque as possibilidades concretas desse novo tipo de regime são determinadas pelas condições institucionais históricas. Ainda, Yates e Bakker (2014) destacam a ambiguidade que existe em um modelo que depende de práticas e procedimentos neoliberais clássicos para construir seu componente de solidariedade. Eles citam os programas redistributivos brasileiros Bolsa Família e Fome Zero e a dependência intrínseca destes do suporte do agronegócio e do crescimento voltado para exportação para exemplificar a relação profunda entre neoliberalismo e pós-neoliberalismo.

Com as políticas pós-neoliberais dos governos Lula e Dilma, o Brasil saltou da 14ª economia no mundo em 2003 com um Produto Interno Bruto (PIB) de US\$552 bilhões para a 7ª em 2013 com um PIB de US\$2,24 trilhões (THE WORLD BANK, 2014). As medidas de cunho social também obtiveram resultados significativos com os níveis de pobreza extrema reduzidos em 75% de 2001 a 2012 e a não inclusão pela primeira vez na história do país do Mapa da Fome de 2014 das Nações Unidas (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, 2014). Nesse mesmo período, os processos de comodificação do futebol se aprofundaram, estimulados por um discurso de ‘modernização’ que dominou a agenda de preparações para os megaeventos que o país sediaria e também amparados por uma crescente cultura do consumo (YACCOUB, 2011).

No caso do Brasil, a fase de hipercomodificação é observável no aumento das receitas dos principais clubes de futebol do país. Diferentes instituições e consultores do setor divulgam relatórios por aqui que são similares ao europeu *Deloitte Football Money League*, usado frequentemente para dimensionar o tamanho, em termos

financeiros, de clubes e do setor. Somoggi (2014), por exemplo, estima que as receitas dos 20 maiores clubes brasileiros cresceram 375% de 2003 a 2013, saltando de R\$652 milhões para R\$3,1 bilhões. Outro relatório, esse feito pelo setor de crédito do Itaú-BBA, indica um crescimento de 130% de 2009 (quando eles começam a fazer os estudos) a 2013: de R\$1,4 para R\$ 3,2 bilhões (GRAFIETTI, et al., 2014). Uma análise do BDO Brazil revela que a receita dos maiores 24 clubes brasileiros expandiu de R\$1,6 para R\$3,3 bilhões, um aumento de 99% de 2009 a 2013 (BDO, 2014).

Além disso, em 2003, a principal divisão do Campeonato Brasileiro começou a adotar o sistema de pontos corridos, o qual prevê que cada clube jogue contra todos os outros do torneio duas vezes. Antes disso, o campeonato tinha uma fase final em esquema de mata-mata. Esse novo sistema, adotado na maior parte das ligas europeias, supostamente otimiza a capacidade de cada clube de gerar receitas ao longo de toda a temporada porque todos os clubes das principais divisões teriam jogos e competições ao longo do ano (REIS, 2012). De acordo com Damo (2011), o novo sistema foi também adotado em função da interferência da Rede Globo, a detentora dos direitos de transmissão, que viu uma vantagem nesse tipo de competição. Com o sistema de pontos corridos, o cronograma da temporada inteira pode ser definido com certa antecedência, facilitando o planejamento da programação e também a venda dos pacotes de pay-per-view.

Concomitantemente, uma nova legislação federal foi sancionada que também fortalece novamente a lógica de mercado do setor. A Lei 10.671 de 2003, popularmente conhecida como *Estatuto de Defesa do Torcedor*, reflete essa inclinação de se abordar o futebol como um negócio e os torcedores como consumidores (CURY, et al., 2008; SANTOS, 2000). Como Cury e colegas (2008) explicam, tanto a instituição organizadora da competição quanto o clube mandante do jogo se tornaram ‘fornecedores’ de um serviço nesse Estatuto e as relações estabelecidas entre eles e os torcedores começaram a ser reguladas pela Lei 8.078/1990, o *Código de Defesa do Consumidor*. Também em 2003, foi sancionada a Lei 10.672, conhecida como Lei de Moralização do Futebol. Desde então, os clubes têm sido obrigados a aprovar suas contas em uma assembleia geral de sócios e publicar os demonstrativos financeiros depois deles serem propriamente aprovados por auditores independentes (SILVA & AMORIM FILHO, 2012).

Outro ponto importante sobre a questão financeira é que no Brasil as receitas dos clubes vêm principalmente das seguintes fontes: (1) publicidade e patrocínio, (2) bilheteria, (3) programas de sócio-torcedor, (4) transferência de atletas, (5) direitos de transmissão e (6) direitos de exploração do nome dos estádios (SILVA & AMORIM FILHO, 2012). Todos esses componentes apresentaram crescimento de 2007 a 2014, sobretudo os itens 1, 2, 3 e 5 (FERREIRA, 2014). As receitas de publicidade e patrocínio cresceram 378% nesse período; de bilheteria, 386%; de programas de sócio-torcedor, 367% e as advindas de direitos de transmissão, 371% (FERREIRA, 2014) — outras análises sugerem crescimentos similares (BDO, 2014; GRAFIETTI, et al., 2014; SOMOGGI, 2014). A centralidade dos direitos de transmissão nesse contexto advém do fato de que eles são a principal fonte de receita dos clubes brasileiros, sendo responsáveis em média por 34% dos recursos injetados no setor entre 2009 e 2014 (FERREIRA, 2014).

Já o crescimento dos itens 2 e 3 (bilheteria e sócio-torcedor) está parcialmente relacionado com a abertura dos novos estádios em função do aumento nos preços dos ingressos e da ampliação da receita com os pacotes de sócio-torcedor. Em 2010, R\$306 milhões dos R\$1,7 bilhão da receita do setor vieram de bilheteria e programas de sócio (GRAFIETTI, et al., 2014). Em 2011 e 2012, com a maioria dos estádios fechados para as reformas da Copa do Mundo, esse valor permaneceu mais ou menos o mesmo (R\$332 milhões em 2011 e R\$397 milhões em 2012). Com a abertura das novas arenas e dos estádios reformados e com a ampliação dos programas de sócio de clubes como Cruzeiro e Flamengo (ambos bem-sucedidos naquela temporada), as receitas saltaram para R\$539 milhões em 2013. Hoje, as receitas com bilheteria e programas de sócio-torcedor abrangem cerca de 17% das receitas dos clubes brasileiros (GRAFIETTI, et al., 2014). Abaixo, discuto em mais detalhes os elementos centrais dessa reorganização cultural do futebol brasileiro: os estádios com design *all-seater* e o crescimento substancial das receitas de mídia dos clubes.

Novos estádios

Os estádios foram um dos vários itens na agenda de preparação para a Copa do Mundo no Brasil. Devido a questões políticas, o país teve mais cidades-sede do que eventos anteriores (SOFFREDI, 2011). Geralmente, o torneio envolve de seis a oito cidades do país-sede, mas a edição brasileira teve 12, cobrindo as principais regiões do país e

também acomodando as ambições de grande parte dos 18 estados-candidatos que aplicaram para sediar jogos da competição. Todas as arenas que receberam jogos eram novas (sete) ou renovadas (cinco) e a principal mudança introduzida por causa do evento foi a adoção dos padrões FIFA, os quais incluem, por exemplo, assentos em todos os setores do estádio (o modelo *all-seater*, discutido acima).

Além das arenas reformadas ou construídas para o torneio, recentemente, outros estádios brasileiros com designs similares foram (re)inaugurados, como o Independência (Belo Horizonte, 2012), a Arena do Grêmio (Porto Alegre, 2012) e o Allianz Parque (São Paulo, 2014). Com essas novas estruturas, o Brasil teria se tornado, para um economista especializado no setor, “o país de ingressos mais caros do Mundo, em termos proporcionais à capacidade de consumo da população” (FERREIRA, 2013, p. 2). Ferreira (2013) estimou quantos ingressos poderiam ser adquiridos com o salário médio em diferentes países: no Brasil seriam 645, na Espanha, 804, na Itália, 865, no Reino Unido, 911 e na Alemanha, 1.868. De acordo com o mesmo economista, os preços dos ingressos mais acessíveis no Brasil aumentaram 300% entre 2003 e 2013, enquanto a taxa de inflação acumulada no período foi de 73% (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2014).

Além do aumento considerável nos preços dos ingressos, a introdução de assentos em todos os setores dos estádios mudou significativamente as dinâmicas das torcidas e a atmosfera dos jogos. Essas mudanças envolvem, por exemplo, uma dificuldade de movimentação e deslocamento dos torcedores por causa da distinta espacialidade das novas arenas. Das celebrações mais efusivas às coreografias, o modelo *all-seater* acaba impondo restrições nos movimentos e nas práticas tradicionais dos torcedores brasileiros. Até a sonoridade tem mudado nas novas arenas, com as torcidas soando menos barulhentas e agitadas e mais descoordenadas (MARRA, 2014). Como Marra (2014) observa, o novo modelo força os torcedores a ficarem sentados na maior parte do tempo por causa da distribuição do espaço e porque eles tentam não afetar a visibilidade de outros torcedores. Com isso, o público passa mais tempo sentado do que antigamente e a transformação de tal postura na posição regular acaba afetando a dinâmica de produção sonora. Mesmo a tradicional *ola* acaba prejudicada, com algumas vezes várias tentativas sendo necessárias para que a onda circule o estádio inteiro (MARRA, 2014).

Renegociação dos direitos de TV

O crescimento das receitas de mídia dos clubes foi impulsionado em 2011 pela decisão do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) de exigir que a Rede Globo não tivesse mais qualquer preferência nas negociações pelos direitos de TV e pela reviravolta promovida pela emissora que decidiu então, diante de tal cenário, abandonar a licitação do Clube dos 13 e negociar separadamente com os clubes. Em 2010, depois de 13 anos sendo processada no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), uma queixa registrada pelo SBT em 1997 contra a Rede Globo, Clube dos 13 e outras instituições chegou finalmente a uma decisão. Por cometer violações econômicas que infringiam a legislação antitruste, o CADE exigiu das partes envolvidas a assinatura de um Termo de Cessação de Conduta.

A decisão do CADE focava na cláusula de preferência que dava à Rede Globo desde 1997 acesso às propostas das outras emissoras e a opção de ajustar o lance proposto para bater o valor dos outros competidores. A prática, conforme o próprio Clube dos 13 reconheceu durante o andamento do processo, tinha um impacto negativo para o mercado de comunicação brasileiro e para os clubes porque agia como um fator inibidor para a participação de outras emissoras de televisão na competição pelas negociações contratuais. De acordo com o Clube dos 13, outras emissoras de televisão passaram a não ter interesse em participar da competição porque sabiam que a Globo teria acesso às propostas e bastava a ela chegar aos mesmos valores para continuar com os direitos de TV por um novo período. O Clube dos 13 acreditava que sem as preferências dadas à Globo e com todas as empresas competindo igualmente, a entidade poderia vender seus produtos em condições muito melhores (SANTOS, 2013a).

Com a decisão do CADE, a esperança entre os críticos de mídia e comentaristas de futebol era que, naquela situação, existiria finalmente uma competição real pelos direitos de TV. Como os direitos de transmissão de jogos de futebol no Brasil têm sido convertidos em diversas formas de poder pela proprietária do oligopólio midiático brasileiro (SANTOS, 2013a), uma competição real e a eventual aquisição dos direitos por outra empresa poderiam auxiliar a compensar o histórico desequilíbrio de poder do sistema de mídia brasileiro. Como afirma Santos (2013a), fundamentado no trabalho de Britto, a verdade é que a Globo ainda possui poderes de mercado esmagadores, impostos sobre as outras empresas de mídia, com vantagens prioritárias que são transformadas em acesso a audiências, poder político e relações privilegiadas com

agências de publicidade e anunciantes. E tais poderes são assimétricos por excelência, não sendo apenas resultado da concentração de propriedade de mídia, mas são também o resultado de privilégios tecnológicos, produtivos, comerciais e distributivos.

Entretanto, ao invés de respeitar a decisão do CADE com relação à negociação conjunta com o Clube dos 13, a Rede Globo decidiu virar a mesa e lidar com cada clube de forma descentralizada em 2011. Para convencer os clubes a desistir da negociação em bloco, a emissora ofereceu valores sedutores aos times e alcançou seu objetivo quando fechou acordo com o Corinthians, o que teve logo um efeito dominó com acordos sendo fechados em seguida com os principais clubes do país. A descentralização, afirma Santos (2013a, b), tem criado uma gigantesca lacuna entre os grandes clubes e os pequenos em termos de receita, criando uma situação similar à vivida na Espanha com Real Madrid e Barcelona. De acordo com Santos (2013a), está claro, a partir dos valores oferecidos aos times pela Rede Globo em 2011 e o acordo subsequente para estender os contratos (até 2018) com quantias ainda mais sedutoras no ano seguinte (2012), que a Globo já estava se preparando para lidar com a entrada da Fox Sports no mercado brasileiro em 2012. Para Santos (2013a), a emissora teria se antecipado e buscado estender os contratos devido à provável intensificação da competição com outras empresas de mídia nacionais e transnacionais no cenário atual de convergência. Previsão que vem se concretizando com a rodada em andamento de negociação de direitos de TV do Campeonato Brasileiro (que definirá quem transmitirá os jogos na TV fechada a partir de 2019), cuja proposta do Canal Esporte Interativo representaria cinco vezes o valor ofertado pela Globo.

Em termos práticos, a estratégia da emissora em 2011 também causou a extinção virtual do Clube dos 13, com a empresa fortalecendo ainda mais os poderes políticos e institucionais que já possuía. Os clubes perderam seu poder de barganha porque agora eles negociam separadamente com a companhia. A centralização do poder decisório no setor é tamanho que recentemente o ex-jogador Alex, um dos principais articuladores do movimento Bom Senso F. C., afirmou que “a CBF é apenas uma sala de reuniões” (ANDRADE, 2013). Para Alex, “quem realmente cuida do futebol brasileiro é a Globo”.

Conclusão

Esse artigo apresenta uma breve análise da economia política do futebol brasileiro, focando nas características que definem a organização deste setor no século XXI. O ponto fundamental do texto é que existe uma diferença entre o tipo de comodificação dos anos 1990 e os processos atuais que estruturam a indústria no país. A renegociação dos direitos de TV (2011) e a adoção do modelo *all-seater* (2013) representam um aumento substantivo em relação às fontes e volume de capital injetado nesse mercado. É um tipo de fase hipercomodificada, ainda que os outros componentes identificados por Giulianotti (2002) não estejam presentes, tais como a venda de ações dos clubes na bolsa de valores.

Argumentamos que a Copa do Mundo teve um papel fundamental por aqui, semelhante em algum sentido ao *Taylor Report* na Inglaterra. Na Europa, a reorganização econômica do setor resultou numa reconfiguração profunda das relações sociais que demarcam o futebol. O Brasil parece viver um cenário em transição e somente no futuro será possível compreender com mais clareza em que medida as configurações político-econômicas afetaram as relações de torcedores com seus clubes.

É importante observar também que, na década de 1990, os dirigentes esportivos e outros agentes fortes desse campo queriam transformar o futebol brasileiro numa vertente do modelo já hipercomodificado da Europa. Não obtiveram êxito porque não havia ‘sustentação’ no ambiente. Com o país arrasado pelo processo conturbado de redemocratização e por governos neoliberais que nunca foram capazes de reverter, mesmo que pela via do consumo, as desigualdades do país, não havia espaço nem mercado para um futebol hipercomodificado. É somente com os governos pós-neoliberais de Lula e Dilma que o contexto social passa a ‘responder’ aos anseios daqueles gerindo a modalidade. Eis aí também o lado paradoxal da hibridez do pós-neoliberalismo. É um governo de esquerda que possibilita a expansão da lógica de mercado no setor do futebol como nem mesmo ocorreu durante os governos de direita.

Esse texto não discutiu outros aspectos importantes desse cenário como a desregulamentação do setor, o crescimento da dívida dos clubes em ritmo tão acelerado quanto o da renda e os desenvolvimentos recentes da economia política. Entre esses últimos, podemos mencionar alguns desdobramentos a serem considerados nas pesquisas futuras dessa área: (1) o Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro (Profut), que parcelou as dívidas dos

clubes impondo a eles contrapartidas; (2) a quebra da venda exclusiva para a Globo de direitos de TV do Campeonato Brasileiro a partir de 2019, com o Canal Esporte Interativo fechando contrato com vários clubes, inclusive alguns da série A brasileira; e (3) o agravamento da crise política e econômica do país, que tem efeito nas receitas e investimentos do setor.

Referências

- ANDRADE, B. (2013, August 9). Alex critica condução do futebol brasileiro: 'Quem cuida é a Globo. A CBF é apenas sala de reuniões', Lance!Net. Disponível em http://www.lancenet.com.br/minuto/Alex-brasileiro-Globo-CBF-reunioes_0_970703171.html. Acesso em 01 Fev. 2015.
- BDO. 7º Valor das marcas dos clubes brasileiros: Finanças dos clubes. 2014. Disponível em http://www.bdobrazil.com.br/pt/PDFs/Estudos_Zipados/valor_das_marcas_2014.pdf. Acesso em January 15, 2015.
- BROWN, A. United we stand: some problems with fan democracy. In A. BROWN (Ed.), **Fanatics! power, identity and fandom in football**. London: Routledge, 1998. p. 50-67
- CALDERÓN, F. La inflexión política en el cambio sociocultural de América Latina. In F. CALDERÓN (Ed.), **Escenarios políticos en América Latina: conceptos, métodos y observatorio regional**. Buenos Aires: Programa de Las Naciones Unidas para el Desarrollo (Pnud), 2008. p. 15-102
- CRITCHER, C. Football since the war. In J. CLARKE, C. CRITCHER & R. JOHNSON (Eds.), **Working class culture: studies in history and theory**. Abingdon, Oxon.: Routledge, 2007[1979]. p. 161-184
- CURY, M., JUNIOR, E. d. D. A., DE MELO, I. A., ROJO, L. F., FERREIRA, M. A. T. & DE SILVA, R. C. Observatório do torcedor: o estatuto. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, v. 30, n. 1, p. 25-40, 2008.
- DAMO, A. S. Produção e consumo de megaeventos esportivos–apontamentos em perspectiva antropológica. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 8, n. 21, p. 67-92, 2011.
- FERREIRA, F. Brasil, País do ingresso mais caro do Mundo. 2013. Disponível em http://www.pluriconsultoria.com.br/uploads/relatorios/PLURI_eSPECIAL_-_ingresso_mais_caro_do_mundo.pdf. Acesso em January 15, 2015.
- FERREIRA, F. Resumo das finanças dos 27 maiores clubes do Brasil (consolidado). 2014. Disponível em <http://www.pluriconsultoria.com.br/relatorio.php?segmento=sport&id=417>. Acesso em January 19, 2015.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION. Hunger Map. 2014. Disponível em <http://www.fao.org/3/a-i4033e.pdf>. Acesso em 15 Jan. 2015.
- GIULIANOTTI, R. Supporters, followers, fans, and flaneurs: a taxonomy of spectator identities in football. **Journal of Sport & Social Issues**, v. 26, n. 1, p. 25-46, 2002.
- GRAFIETTI, C., DI CATERINA, P., CRUZ JÚNIOR, J. d. S., ANTONIO, A., FRANCESCHINI, J., FERNADES, P. R., FORTI, G. d. S., DE OLIVEIRA, B. L., CIPRIANI, F., MARSEILLAN, N., CORTES, J. L., KLING, F., FERNANDES, A. & VARGAS, P. **Análise Econômico-Financeira dos Clubes de Futebol Brasileiros de 2014: Dados Financeiros de 2013**: Itaú-BBA, 2014.
- GRUGEL, J. & RIGGIROZZI, P. Post- neoliberalism in Latin America: Rebuilding and Reclaiming the State after Crisis. **Development and Change**, v. 43, n. 1, p. 1-21, 2012.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IPCA - Séries Históricas. 2014. Disponível em

- http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/defaultseriesHist.shtm. Acesso em October 2, 2014.
- KING, A. The Premier League and the new consumption of football. Tese (Doutorado). University of Salford, 1995. Disponível em <http://usir.salford.ac.uk/14774/1/DX194513.pdf>
- LEVINE, R. M. Sport and Society: The Case of Brazilian Futebol. **Luso-Brazilian Review**, v. 17, n. 2, p. 233-252, 1980.
- MARRA, P. S. Unfair players, ou “Da copa eu abro mão, quero dinheiro pra saúde e educação”. **Logos**, v. 24, n., p. 1-19, 2014.
- OURIQUES, N. O gol contra do rei: a Lei Pelé e suas consequências. **Motrivivencia**, v. 12, n. Maio, p. 37-64, 1999.
- REIS, R. M. Campeonato Brasileiro de Futebol: reflexões, rupturas e continuidades nos campos da gestão esportiva. Dissertação (Mestrado). Universidade Gama Filho, 2012. Disponível em http://www.copedu.net.br/wp-content/uploads/2013/04/Dissertacao-Romulo-Reis-Dezembro_2012.pdf
- RODRIGUES, F. X. F. O fim do passe e a modernização conservadora no futebol brasileiro (2001-2006). PhD diss. UFRGS, 2007. Disponível em <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/11434/000611188.pdf?sequence=1>
- SADER, E. A construção da hegemonia pós-neoliberal. In E. SADER (Ed.), **Lula e Dilma: 10 anos de governos pós-neoliberais no Brasil**. Rio de Janeiro: Flacso-Brasil, 2013. p. 135-143
- SANTOS, A. D. G. d. A consolidação de um monopólio de decisões: a Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol. Master's thesis. Unisinos, 2013a. Disponível em <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000007/00000754.pdf>
- SANTOS, A. D. G. d. A Rede Globo e a transmissão do Campeonato Brasileiro. **Revista Eptic Online**, v. 15, n. 3, p. 205-215, 2013b.
- SANTOS, T. C. Globalização, mundialização e esporte: o futebol como megaevento. In P. ALABARCES (Ed.), **Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedad en América Latina**. Buenos Aires: CLACSO, 2000. p. 57-73
- SILVA, J. A. F. d. & AMORIM FILHO, M. H. d. A gestão de clubes de futebol - regulação, modernização e desafios para o esporte no Brasil. **Interesse Nacional**, v. 18, n. July/September, 2012.
- SOFFREDI, R. R. A Copa do Mundo e a Modernização dos Estádios Brasileiros. Dissertação (Mestrado). UnB, 2011. Disponível em http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/10184/1/2011_RafaelRangelSoffredi.pdf
- SOMOGGI, A. Finanças dos clubes brasileiros em 2013. 2014. Disponível em <http://www.ibdd.com.br/wp-content/uploads/2014/05/financas-clubes-brasileiros-2013.pdf>. Acesso em January 15, 2015.
- TAYLOR, R. **Football and its fans**. London: Leicester UP, 1992.
- THE WORLD BANK. GDP (current US\$). 2014. Disponível em http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD/countries?order=wbapi_data_value_2013+wbapi_data_value+wbapi_data_value-last&sort=desc. Acesso em 15 Jan. 2015.
- YACCOUB, H. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 36, p. 197-231, 2011.
- YATES, J. S. & BAKKER, K. Debating the ‘post-neoliberal turn’ in Latin America. **Progress in Human Geography**, v. 38, n. 1, p. 62-90, 2014.