

NEGOCIAÇÃO DE DIREITOS DE TRANSMISSÃO NO BRASIL E O FORTALECIMENTO DOS CLUBES DE FUTEBOL

Os feitos do Flamengo em 2019 lançam luz sobre o potencial renascimento econômico dos clubes de futebol no Brasil e sobre o surgimento de oportunidades de investimentos no campo dos esportes no país. Passo essencial para tornar isso realidade é uma equilibrada alocação das receitas da venda de direitos de transmissão. Além disso, grande parte dos clubes precisa profissionalizar suas estruturas e administrações – tema de outro artigo deste boletim.

A forte competitividade que caracteriza o campeonato Brasileiro atrai torcedores para os estádios e os motiva a assistir às partidas em diferentes meios de comunicação e a interagir com fantasy games, o que por sua vez atrai patrocinadores e outros investidores.

Um tópico delicado, no entanto, diz respeito ao critério de distribuição dos recursos oriundos da venda dos direitos de transmissão, uma fonte de renda vital para os clubes. Com o propósito de garantir a competitividade entre os clubes, um modelo similar ao adotado pela Premier League inglesa está em vigor desde 2019. Nesse sistema, parcela significativa das receitas com transmissão na TV aberta e na TV por assinatura é distribuída igualmente entre os clubes, enquanto o restante é dividido de acordo com o número de partidas transmitidas e a posição final na tabela do campeonato.

Entretanto, de acordo com um relatório publicado pela Ernest & Young, o modelo atual implica diferença de 9,2 vezes entre o clube que recebe menos e o mais favorecido. Esta disparidade é causada, em parte, pelo fato de o serviço de pay-per-view seguir um método independente que considera apenas o clube de coração informado pelos assinantes.

Disparidades financeiras entre os clubes causam impacto claro em suas performances, o que ameaça a atratividade do campeonato. Idealmente, o mesmo critério utilizado pelas TVs aberta e por assinatura deveria ser aplicado aos serviços de pay-per-view. Clubes menores dependem de

distribuição mais balanceada da renda dos direitos de transmissão, ao mesmo tempo em que lutam para gerar receitas adicionais com patrocínio, licenciamento e venda de ingressos. Com um modelo de distribuição mais justo, os clubes tendem a ganhar poder de negociação para maximizar a venda de direitos de transmissão através da ampliação da sua gama de produtos (como por exemplo transmissão ao vivo, transmissão via internet, gravações, streaming ou venda de pacotes com os melhores momentos dos jogos) para vários meios de comunicação, como a TV aberta, TV por assinatura e internet.

Em todo o mundo os recursos destinados a publicidade têm migrado dos veículos tradicionais de comunicação para os meios digitais – tema também de outro artigo desde boletim. Em um futuro próximo, esse fenômeno pode afetar o valor oferecido pelos canais tradicionais para a aquisição de direitos de transmissão de eventos esportivos. Nesse sentido, a negociação coletiva facilitaria a entrada de novos agentes, com novos modelos de distribuição de conteúdo esportivo no mercado brasileiro. Os clubes nacionais, como os europeus, poderiam se beneficiar de investimentos de empresas de mídia digital na compra dos direitos de transmissão.

No Brasil isso exigiria que os clubes se unissem para negociar a venda de direitos de transmissão em conjunto, como ocorria no passado, com pacotes adaptados ao apetite de cada meio de comunicação. Assim como ocorre na Inglaterra, Espanha, Itália e Alemanha, a negociação de direitos de transmissão por meio das ligas contribuiria para elevar o nível dos campeonatos nacionais.

Autores:

Bolívar Moura Rocha
bmoura@levysalomao.com.br

Allan Nascimento Turano
aturano@levysalomao.com.br

Camila Mariotto
cmariotto@levysalomao.com.br