

**A REDE GLOBO E A TRANSMISSÃO DO CAMPEONATO
BRASILEIRO**

**LA RED GLOBO Y LA TRANSMISIÓN DEL CAMPEONATO
BRASILEÑO**

**GLOBO NETWORK AND THE TRANSMISSION OF BRAZILIAN
CHAMPIONSHIP**

Anderson David Gomes dos SANTOS

Jornalista pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL),
mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade
do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e membro do grupo
de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade
(CEPOS). - RS - **Brasil**
E-mail: andderson.santos@gmail.com

RESUMO

Este relato demonstra os procedimentos da pesquisa cujo objetivo foi de realizar uma revisão histórica da relação entre futebol e Indústria Cultural no Brasil, tendo como foco a presença da Rede Globo de Televisão como principal exibidora em TV aberta do Campeonato Brasileiro de Futebol. A partir do eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação, analisou-se a relação da Globo com as transmissões deste torneio, tendo como elos históricos a Copa União de 1987, o Campeonato Brasileiro de 1997 e a negociação pelos direitos das edições a partir de 2012. Esta recebeu um destaque maior por representar uma mudança significativa no processo após a atuação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, o que vai resultar num modelo de descentralização das negociações, considerado prejudicial para este mercado, por conta das barreiras estabelecidas pela líder do oligopólio.

Palavras-chave

Economia Política da Comunicação. Direitos de Transmissão. Campeonato Brasileiro de Futebol. Rede Globo de Televisão. Futebol.

RESUMEN

Este informe demuestra los procedimientos de investigación dirigida a una revisión histórica de la relación entre el fútbol y la industria cultural en Brasil, centrándose en la presencia de la Red Globo de Televisión como principal expositor en la televisión abierta del Campeonato Brasileño de Fútbol. Desde el eje teórico y metodológico de la Economía Política de la Comunicación, se analizó la relación de la Globo con la transmisión de este torneo, con los vínculos históricos de la Copa Unión de 1987, el Campeonato Brasileño en 1997 y la negociación de los derechos para las ediciones a partir de 2012. Esto recibió un mayor protagonismo por lo que representa un cambio significativo en el proceso después de la actuación del Sistema Brasileño de Defensa de la Competencia, que dará lugar a un modelo de descentralización de las negociaciones, consideradas perjudiciales para este mercado, debido a las barreras impuestas por el líder del oligopolio.

Palabras clave

Economía Política de la Comunicación. Derechos de transmisión. Campeonato Brasileño de Fútbol. Red Globo de Televisión. Fútbol.

ABSTRACT

This report indicates the research procedures aimed to a historical review of the relationship between football and Cultural Industry in Brazil, focusing on the presence of the Globo Television Network as main exhibitor on Free-to-air TV of the Brazilian Championship Football. From the theoretical and methodological axis of the Political Economy of Communication, analyzed the relationship of the Globe with the transmissions of this tournament, with the historical links the Union Cup 1987, the Brazilian Championship in 1997 and the negotiation for the media rights of the Brazilian Championship since 2012. This received a greater prominence for representing a significant change in the process after the performance of the Brazilian System of Competition Defense, which will result in a model of decentralization of negotiations, considered detrimental to this market, because of the barriers set by the leader of the oligopoly.

Keywords

Political Economy of Communication. Media Rights. Brazilian Soccer Championship. Globe Network TV. Football.

INTRODUÇÃO

O projeto desta pesquisa surgiu no segundo semestre de 2010, a partir da possibilidade de definição de um processo no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), em que os acusados por atitudes anticoncorrenciais eram a União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro (Clube dos 13), entidade que representava 20 clubes do país, e a Rede Globo de Televisão, líder do oligopólio da TV aberta no Brasil.

A decisão sobre o caso, com a assinatura de dois Termos de Cessação de Conduta, foi dada em outubro daquele ano, após 13 anos de investigações no Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC). Isso possibilitou o acompanhamento de como se daria o novo processo de licitação, a ser realizado em 2011, e das ações dos membros do oligopólio para adquirir os direitos de exibição de um importante programa midiático.

Tendo isto em vista, analisa-se como as barreiras presentes no oligopólio do setor audiovisual de transmissão gratuita da Indústria Cultural foram confirmadas no campo do entretenimento através do futebol, estabelecido culturalmente como paixão nacional. Mais especificamente, como está estruturada a transmissão do principal torneio, o Campeonato Brasileiro de Futebol, a partir da líder do oligopólio midiático, a Rede Globo de Televisão.

Esta investigação apresenta ainda novas contribuições aos estudos do eixo teórico-metodológico da Economia Política da Comunicação, através da inédita análise de um bem cultural que pode gerar as mais diversas mercadorias, dentre as principais está a sua transmissão pela televisão. Buscou-se sedimentar o caminho dos estudos de comunicação sobre a transmissão de futebol, ou ao futebol em si, como um fenômeno social e cultural que merece deixar de ser um assunto periférico na discussão acadêmica.

Optou-se por estudar o processo de negociação entre os personagens que construíram a situação no direito de transmitir futebol no Brasil que foi denominada como monopólio de decisões, com o entendimento que as relações estabelecidas em torno desse assunto estão incididas em jogos de poder com a presença de entidades privadas e do próprio Estado, enquanto regulador tanto do setor comunicacional quanto de atividades financeiras.

Os procedimentos metodológicos aplicados para a explicitação deste processo, relatadas a seguir, tomaram como referência para a análise do objeto empírico: documentos disponibilizados pelos órgãos do SBDC; e notícias que trataram sobre o assunto.

O PROGRAMA MIDIÁTICO FUTEBOL

O futebol, dentre tantos outros esportes que tiveram suas regras desenvolvidas num mesmo período histórico, foi importante meio de exportação a todo o mundo de um ideal de conduta das elites, que o recebiam com facilidade devido ao poderio naval e comercial do Reino Unido. Também é a partir do século XIX que a Indústria Cultural começa a tomar

forma, através da maior difusão de jornais impressos.

Gastaldo (2011, p. 41, grifo do autor) afirma que a construção reflexiva deste esporte com a Indústria Cultural revela muito do que as duas formas de entretenimento se tornaram:

Mais do que fenômenos paralelos, esporte e mídia constituíram-se mutuamente. A característica “espetacular” (isto é, “para ser vista”) inerente às competições esportivas e seu poder de mobilização coletiva (pela metonímia que coloca nações ou bairros dentro de campos, pistas ou ringues) articulam-se perfeitamente com o surgimento de jornais impressos em rotativas, destinados a grande número de leitores, em pleno processo de expansão urbana na virada do século.

Para este espetáculo, formado a partir de uma atividade ligada ao lazer geral, não é necessário tê-lo praticado ou ser praticante amador para assisti-lo através de um meio de comunicação e entender e se emocionar com o seu funcionamento. Nas transmissões a partir de então, o torcedor não é considerado como um especialista no assunto, e sim mais um dos elementos que conformam a partida de futebol.

Além disso, há o processo em que o capital age no sentido de separar a concepção da execução, concentrando a capacidade conceptual numa classe dirigente que é uma parte do capital ou representa seus interesses, nos termos de comodificação elaborados por Mosco (1999), que terá um impulso muito grande com o advento da televisão, que coloca a Indústria Cultural noutra patamar.

Bolaño (2003) amplifica esta relação ao afirmar que se a televisão é importante para a constituição de uma base de consumo eficiente enquanto área para diversificação e ampliação da experiência das audiências, coloca o esporte no centro da cultura global e, nas últimas décadas, do projeto neoliberal.

Tudo isso passaria a representar ao longo dos anos, e do desenvolvimento de ambas as atividades de lazer, a ideia de um “complexo esportivo-cultural-midiático”, assim explicado por Miller et al. (2001, p. 8):

Este complexo de lugares coloca as mídias no coração das estruturas e práticas esportivas, porque sem a capacidade midiática para preencher os esportes de signos e mitos para grandes e diversas audiências através do globo, o esporte poderia ser relativamente menor e de uma popularidade anacrônica. A cobertura televisiva, especialmente na sua forma satelital, tem se tornado a principal moeda na economia cultural do esporte.

O futebol enquanto grande negócio para a televisão brasileira aparecerá na década de 1980, justamente quando se potencializam as políticas neoliberais no mundo. A Rede Globo adquire com exclusividade a transmissão da Copa do Mundo FIFA 1982, tendo bastante sucesso na venda de cotas publicitárias, porém, sofrendo a concorrência do Grupo Record, ainda sob comando de Silvio Santos e da família de Paulo Machado de Carvalho. A Rádio Record transmitia os jogos usando uma linguagem televisiva, com a narração de Silvio Luiz, e havia mesas-redondas na TV logo após a transmissão dos jogos pela concorrente (BOLAÑO, 2004). A Globo só voltaria a adquirir em caráter de exclusividade o

principal evento futebolístico do mundo em 2002.

No que tange ao interesse deste relato, é apenas em 1987 que haverá um acordo semelhante em relação ao principal torneio esportivo disputado no país. O futebol brasileiro vivia uma crise estrutural, com os clubes deficitários financeiramente e vendo importantes jogadores (casos de Zico, Falcão e Sócrates) saindo do Brasil, após a abertura dos mercados europeus para a contratação de jogadores estrangeiros.

Em julho de 1987, os presidentes de Flamengo e São Paulo, Márcio Braga e Carlos Miguel Aidar, respectivamente, e outros onze presidentes de times resolveram exigir da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) mais qualidade no campeonato nacional de futebol, donde surgiu a União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro, o Clube dos 13. Os clubes resolveram, posteriormente, organizar o torneio. A Copa União contaria com 16 times, os 13 de maior torcida do país (Flamengo, Corinthians, São Paulo, Palmeiras, Vasco, Santos, Grêmio, Internacional, Cruzeiro, Atlético-MG, Botafogo, Fluminense e Bahia); mais três convidados (Santa Cruz, Coritiba e Goiás).

A decisão pelo torneio se arrastou por alguns meses, a partir de julho de 1987 até um dia antes do seu início, já em setembro. Foram fundamentais para a execução os profissionais de *marketing* João Henrique Areias (Flamengo) e Celso Grellet (São Paulo), que foram em busca de apoios e patrocínios para o campeonato mesmo sem a certeza que o mesmo iria acontecer – já que estava difícil o acordo com a CBF. No dia 05 de setembro, eles conseguiram contratualizar a transmissão do torneio em caráter exclusivo pela Rede Globo, a emissora de TV com maior audiência do país. O contrato de transmissão, assinado no dia 5 de setembro e no valor de US\$ 3,4 milhões, acaba abrindo as portas para novos parceiros, casos de Coca-Cola, Varig e a rede de hotéis Othon (VIVA..., 1987).

A Rede Globo transmitiu 42 dos 78 jogos da competição, com uma partida às sextas-feiras a partir das 21h30, outra às 16h dos sábados e a última às 16h do domingo, posteriormente repassada para as 17h. Esta era definida por sorteio minutos antes da realização, com narrador e comentarista nos estúdios. O sucesso do evento, cujo modelo de comando pelos clubes era inédito no mundo, deu-se em muito graças ao apoio da líder do mercado de TV aberta no Brasil, que permitia a visibilidade do campeonato, e, junto aos recursos da Coca-Cola (US\$ 17 milhões), garantia um “público invisível de 20.000 pessoas” (RE-DENÇÃO..., 1987).

A Copa União representa um caso interessante e de sucesso para análise de uma nova etapa de mercantilização sobre o futebol, principalmente por se tratar de um confronto evidente contra a mentalidade até então pertencente aos dirigentes de futebol. Ainda assim, os anos seguintes não representaram avanços neste quesito, com a volta do comando do torneio nacional pela CBF.

No campo televisivo, apesar do acordo para viabilizar a Copa União, em 1987, Lima (2012) afirma que o primeiro plano comercial do futebol, enquanto produto a ser vendido ao mercado publicitário, foi criação da Globo em 1991, contendo a transmissão de 25 partidas. Até então: “Futebol era comprado a granel. Você ‘ah, tem aqui um jogo importante’,

vão lá discutir com o Flamengo, com o Corinthians ou com não sei quem e você vai discutir jogo a jogo uma compra do direito, ou um aluguel do direito”.

Se em 1987, tivemos um caso de sucesso do evento nacional em muito por conta do auxílio da líder do mercado televisivo – ainda que os clubes acreditassem que foram muitos os jogos exibidos –, 10 anos depois a situação dos contratos de transmissão do torneio nacional mais importante do país seria questionada quanto à livre concorrência.

JULGAMENTO DO “MONOPÓLIO DE DECISÕES”

Em 21 de julho de 1997, uma queixa foi levada ao (SBDC) contra a Rede Globo de Televisão, a Globosat, a Rede Bandeirantes de Televisão, a TVA, a (CBF), o Clube dos 13 e a Associação Brasileira dos Clubes de Futebol (Clube dos Onze). Relataremos o caso referente à TV aberta, que seguiu sendo analisada até a interrupção do procedimento administrativo n. 08012.006504/1997-11.

Naquele ano, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) deu o lance maior em TV aberta, mas foi preterido pelo Clube dos 13 por não oferecer uma proposta que aglutinasse a TV por assinatura e o *pay-per-view*. Da mesma forma, o Clube dos 13 excluiu a Band por ter se associado a uma rede de TV por assinatura, a TVA, que não poderia fornecer o pacote de *pay-per-view* (MATTOS, 2012).

A Globo e a Bandeirantes detinham a preferência pela aquisição dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol posteriores a 1996, já que a cláusula constava no contrato assinado para as temporadas de 1995 e 1996, transmitidos por ambas, o que as possibilitou ver as propostas apresentadas e, posteriormente, unirem-se para vencer tanto no quesito financeiro quanto na capacidade de exploração do *pay-per-view*.

Em 17 de fevereiro de 2000, a Secretaria de Direito Econômico (SDE) pede em seu parecer o arquivamento da investigação preliminar. A Procuradoria do CADE (ProCADE) discorda deste parecer, porque o órgão já tinha atuado em casos semelhantes contra a prática da exclusividade. Assim, em 3 de outubro de 2001, o conselheiro-relator Celso Fernandes Capilongo decidiu pela instauração do procedimento administrativo.

Na decisão, o conselheiro apontou: que a transmissão de eventos esportivos tinha problemas de acordos horizontais entre as emissoras e acordos horizontais entre as equipes e relações verticais entre clubes e emissoras; a centralização da gestão dos direitos de transmissão; e a possibilidade de prejuízo aos clubes que não participam das ligas e às emissoras que não as transmitem e, conseqüentemente, ao consumidor. Desta forma, o relator pede a investigação sobre a “venda de direitos sobre transmissões de partidas de futebol do campeonato brasileiro” a partir do contrato assinado em 1997, para as edições de 1997 a 1999, tendo em vista o acordo entre os clubes, o acordo entre as emissoras, a exclusividade de transmissão e a cláusula de preferência (BRASIL, 2012a, p. 102).

O processo teve que seguir os caminhos do SBDC, formalizado pelo Ministério da Justiça, até 2012, em que a Secretaria de Acompanhamento Econômico realizava o parecer econômico; a SDE investigava e instituía os processos; e o CADE realizava os julgamentos.

Do parecer da SDE, apresentado em 2009, resgata-se o relato de uma demonstração das barreiras de mercado da emissora líder para conseguir privilégios nas negociações. Numa correspondência da TV Globo enviada ao Clube dos 13 no dia 28 de fevereiro de 1997, ela destaca a sua grande liderança no mercado de TV aberta e afirma que se nesta forma de transmissão não tiver garantidos os direitos de exibição, “a Globosat e SkyNet não servirão de veículo para a exibição de jogos cujos direitos de transmissão tenham por V.Sas. sido cedido a terceiros” (BRASIL, 2012b, p. 60-61).

Dentre as considerações da SDE, havia a definição que Clube dos 13 e Globo seriam pactuantes de cláusulas anticoncorrenciais presentes nos contratos de transmissão. Como um dos argumentos, a Secretaria apresenta um comentário do presidente do Clube dos 13, Fábio Koff:

A Globo, durante a vigência do contrato, negociava as temporadas futuras e as alterações do produto”. No momento das negociações do produto, “não havia comunicação formal às demais proponentes do contrato original, em razão de saber que não haveria proposta mais interessante técnica e financeiramente que a proposta da Globo. (BRASIL, 2012b, p. 70-71, grifo do autor).

Em outubro de 2010, após novos pareceres da ProCADE e do Ministério Público Federal e consulta aos envolvidos no processo sobre o modelo a ser constituído de venda de direitos de transmissão, uma plenária no CADE votou pela aprovação de Termos de Cessação de Conduta com a Rede Globo de Televisão e o Clube dos 13.

O voto do conselheiro-relator César Costa Alves de Mattos (2010, p. 30-31) entendia que: o leilão não podia responder apenas ao maior valor pago; precisava-se manter espaço de negociação entre o Clube dos 13 e as emissoras, “de forma a completar o contrato antes e depois do certame”; e a associação dos clubes precisava solicitar garantias mínimas para a provisão do serviço, de maneira a não comprometer a qualidade ou possibilitar a “maldição do vencedor”, que ocorre quando se aposta num produto com valores superiores ao que seria possível para determinada empresa.

As minutas de Termo de Compromisso de Cessação (TCC), discutidas a partir do final de setembro daquele ano, eram apresentadas à plenária como principal ação para evitar a interferência de um órgão externo no mercado, mas que garantiria o fim das cláusulas consideradas anticoncorrenciais. No caso da GLOBOPAR, o principal ponto é a renúncia à preferência, a partir do contrato em vigor (BADIN; MATTOS; GLOBO, 2012). Para o Clube dos 13, o TCC teria duração de 5 anos, com mais pontos a serem verificados, tais como: abster-se da cláusula de preferência; venda dos direitos por mídia (o que já ocorria desde 2004); e liberdade da sublicenciada para escolher as partidas (BADIN; MATTOS; RODRIGUEZ, 2012).

O único voto contrário foi do então presidente do CADE, Arthur Badin (BADIN, 2010, p.

678-679), que afirmou:

O TCC admite que esse licenciado adquira todas as mídias, adquira com exclusividade as vias de transmissão e que não precise sublicenciar, de modo que nós, conselheiros do CADE, podemos estar legitimando uma situação de perpetuação do que se acusou de uma ditadura da licenciada, que pode decidir com absoluta discricionariedade o que passar, quando passar, como passar e se alguém, outra emissora concorrente vai poder também passar, e nessa hipótese, ela ainda determina o que passar.

O Clube dos 13 enviou, em fevereiro de 2011, a carta-convite para as licitações. No caso da TV aberta, as mudanças centravam-se nos seguintes aspectos: captação, geração e armazenamento das imagens também pela entidade; o valor do sublicenciamento seria de R\$ 40 milhões ou 20% do valor que a licenciada conseguisse; proposta mínima no valor de R\$ 500 milhões; e vantagem de 10% para a Rede Globo, “considerando o apoio que a TV Globo deu ao futebol brasileiro durante os últimos 25 anos, e a maior exposição que a sua audiência propicia aos patrocinadores dos clubes” (CLUBE DOS 13, 2011, p. 3). Após uma reunião realizada com o então presidente do CADE, Fernando Furlan, no dia 1 de março, esta cláusula foi retirada do contrato por beneficiar uma das integrantes da disputa.

A Rede Globo se defendeu desde o início deste processo sob o argumento da “parceria histórica” com o futebol e por ter experiência e estrutura prontas, com um maior número de geradoras no país. Para ela, a licitação não poderia considerar o preço, tomando a decisão de não participar do leilão e de negociar individualmente com cada clube.

No dia da entrega e da abertura dos envelopes para a TV aberta, 11 de março, a Rede Record anunciara sua desistência porque a líder do mercado estava negociando em separado. Única a apresentar proposta, no valor de R\$ 515 milhões por temporada, a RedeTV! até foi anunciada como vencedora. Porém, não só não pode assinar o contrato de transmissão, como desistiu até mesmo de ações na justiça. Os prejuízos já eram enormes para a emissora paulista, que perdeu o repasse da Série B do torneio nacional, que exibia desde 2005.

O Clube dos 13 suspendeu a negociação para as demais mídias em 22 de março, quando 9 clubes já haviam assinado com a Globo. Até maio, a associação acreditava que o CADE daria as negociações em separado como irregulares, porém, o entendimento da entidade era que os TCCs referiam-se a negociações coletivas.

Em 30 de agosto de 2011, a ProCADE finalizou o parecer sobre o acompanhamento do caso. De acordo com o órgão, o Clube dos 13 cumpriu com a cláusula de publicação no site da entidade na internet e ficou impossibilitado de cumprir integralmente a exclusão da cláusula de preferência (item 3.1), a venda dos direitos de transmissão por mídia (item 3.2), a definição de critérios claros e objetivos num leilão (item 3.3) e a maior flexibilidade no sublicenciamento (item 3.4). Além disso, reconhece-se que não houve negociações coletivas entre os clubes e a Rede Globo, não configurando violação ao escopo do TCC. Por conta disso, sugeriu-se que o CADE seguisse o monitoramento da venda dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A até que se cumprisse o prazo do TCC (5 anos), atuando desde que volte a ocorrer negociação coletiva (RUFINO, 2012).

O caso das negociações dos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol da Série A teve como desfecho um modelo que é visto como maléfico ao mercado relevante que o é para a TV aberta, ainda que não tenha infringido nenhuma determinação do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

A centralização da exploração comercial de torneios esportivos, que em outros mercados poderia ser considerada como formação de cartel, é vista – inclusive nas discussões realizadas nos órgãos europeus pró-concorrência – como a melhor condição de negociação. Para o programa futebol se faz necessária uma cooperação entre os clubes no campo econômico. Oliveira (2009) expõe dentre as vantagens da efetivação desse sistema: a redução de custos frente às negociações individuais; a venda no pacote das partidas que causariam menor interesse, o que beneficia os clubes menores; e a possibilidade de o público poder acompanhar todo o torneio, não apenas partidas de um clube.

Desse processo, mais uma vez se pode perceber o potencial da Rede Globo e das suas barreiras no mercado. Definida por Brittos (2004, p. 33) por se processar a partir de atuações dos diversos órgãos estatais e suas unidades (caso do CADE), as barreiras político-institucionais se destacam neste caso por se relacionarem diretamente com estes organismos “[...] através da obtenção de posições diante de determinantes político-institucionais, [...] incluindo ações de infraestrutura, regulação da concorrência, postura como poder concedente e opções frente à pesquisa e à tecnologia”.

Ainda que indiretamente, a decisão do CADE, órgão estatal, beneficiou a líder do oligopólio midiático, de forma a manter a situação de vantagens a esta emissora na negociação pelos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol.

CONCLUSÕES

O mercado comunicacional como um todo, mas especialmente o seu setor televisivo, vive nos últimos 20 anos momentos de grandes disputas para romper as barreiras estabelecidas, com o erguimento de novas no lugar. Apesar disso, a Rede Globo de Televisão se mantinha e parece se manter convicta que suas barreiras de mercado, tanto as estético-produtivas quanto as político-institucionais, proporcionam-lhe a garantia de estar à frente da produção de audiovisual no Brasil.

Para a Economia Política da Comunicação, este estudo traz o ineditismo referente ao objeto, o futebol. Eixo teórico-metodológico com preocupação sobre uma transformação social da sociedade, entender bens culturais de profundo apreço por parte das pessoas e a apropriação destes enquanto mercadoria é fundamental para fazer com que os temas discutidos possam ter um público ampliado.

No caso aqui em análise, dos direitos de transmissão do futebol, é importante relatar a importância da líder do mercado na realização da Copa União, em 1987, confirmando a relevância do capital da Indústria Cultural para a manutenção dos clubes e torneios de futebol. Isto vai acabar sendo alterado, especialmente durante o procedimento administrativo que

analisa os contratos do Clube dos 13 com a Rede Globo a partir de 1997.

Esta análise se torna especial, principalmente por tratar da atuação de um órgão estatal ligado ao debate de práticas anticoncorrenciais no mercado brasileiro de TV aberta, ainda que sua definição final tenha sido de que a atitude da Rede Globo em assinar os novos contratos de forma individual, praticamente encerrando as atividades da associação dos clubes, não feria o acordo estabelecido.

A Rede Globo de Televisão não fez nada de anormal, pelo contrário. Utilizou de suas barreiras de mercado para seguir com um programa midiático relevante para a sua grade de programação, mesmo tendo que pagar o dobro do valor que pretendia. A relação constituída com os clubes de futebol e com o mercado publicitário também serviu para que a assinatura de contratos fosse dada com a emissora, no entendimento de possuir melhor estrutura e mais experiência de transmissão. O padrão tecno-estético constituído ao longo das décadas foi utilizado como um dos principais argumentos para seguir com a Globo, independentemente de valores ofertados.

As barreiras político-institucionais foram essenciais para a resolução do caso. Ainda assim é importante finalizar destacando que mesmo uma alteração que possibilitasse a transmissão por mais emissoras não retiraria ou impediria o processo de mercantilização sobre o jogo, que deve continuar ainda muito forte, dadas as relações intrínsecas do espetáculo esportivo com sua exibição midiática e as novas prerrogativas de utilização da imagem de atletas e de clubes por parte de empresas até então fora do futebol.

REFERÊNCIAS

BADIN, Arthur. S. 477ª Sessão Ordinária do Conselho Administrativo de Defesa Econômica, de 20 de outubro de 2010. In: MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. **Autos do processo**. v. 15. p. 677-693. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/Dn_Processo0051999.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012.

BADIN, Arthur S.; MATTOS, C. C. A. de; GLOBO Comunicação e Participações S.A. **Termo de Compromisso de Cessação, de 20 de outubro de 2010**. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000561841709.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012.

BADIN, Arthur S.; MATTOS, C. C. A. de; RODRIGUEZ, C. S. **Termo de Compromisso de Cessação**, de 20 de outubro de 2010. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000561831233.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. Esporte e capoeira: identidade nacional e globalização. **Candeeiro**, Aracaju, ano 6, v. 9/10, p. 33-42, out. 2003.

_____. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2. ed. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC, 2004.

BRASIL. Ministério da Justiça – Secretaria de Direito Econômico. Nota técnica de Avaliações

Gerais do Processo Administrativo: 08012.006504/97-11. In: MINISTÉRIO DA JUSTIÇA – CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA. **Autos do processo**. v. 10. p. 98-218. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/Dn_Processo0041386.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012a.

_____. **Parecer final do Processo Administrativo**: 08012.006504/97-11. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000362471100.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012b.

BRITTOS, Valério Cruz. Televisão e barreira: as dimensões estética e regulamentar. In: JAMBEIRO, O.; BOLAÑO, C.; BRITTOS, V. (Org.). **Comunicação, informação e cultura**: dinâmicas globais e estruturas de poder. Salvador: Edufba, 2004. p. 15-42.

CLUBE DOS 13. Edital para os campeonatos nacionais de 2012, 2013 e 2014. **Globoesporte.com**, Rio de Janeiro, 24 fev. 2011. Disponível em: <http://estatico.globoesporte.globo.com_2011_02_24_clube_dos_13_2011.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2012.

GASTALDO, Édison. Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 39-51, mar. 2011.

LIMA, Luiz Fernando. **Palestra proferida no VI Seminário Temático Globo-Intercom 2012**. Rio de Janeiro, 19 jul. 2012.

MATTOS, César. Broadcasting Football Rights in Brazil: The Case of Globo and “Club of 13” in the Antitrust Perspective. **Estudos Econômicos**, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 337-362, abr.-jun. 2012.

MATTOS, César Costa Alves de. **Voto, de 20 de outubro de 2010**. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000562791944.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012.

MILLER, Toby et. al. **Globalization and sport**. Londres: SAGE, 2001.

MOSCO, Vincent. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e Sociedade 1 – Cadernos de Noroeste**, Braga, v. 12, n. 1-2, p. 97-120, 1999.

OLIVEIRA, Pedro António Maia. A negociação centralizada dos direitos televisivos na óptica do direito da concorrência. **Verbo Jurídico**, Lisboa, mar. 2009. Disponível em: <http://www.verbojuridico.com/doutrina/2009/maiaoliveira_direitotelevisivos.pdf>. Acesso em: 17 maio 2012.

REDENÇÃO à vista. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 916, p. 36-41, 18 dez. 1987.

RUFINO, V. S. **Parecer SCD/PROCADE Nº 333/2011**, de 30 de agosto de 2011. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/temp/D_D000000619091947.pdf>. Acesso em: 12 set. 2012.

VIVA o futebol. **Revista Placar**, São Paulo, ano 18, n. 902, p. 18-22, 17 set. 1987.