

Vol. 3

Nº 2

2015 - Novembro

# Revista de Defesa da Concorrência

PUBLICAÇÃO OFICIAL



2318 2253

 **CADE**  
Conselho Administrativo de Defesa Econômica

## O critério da solidariedade na análise concorrencial do *joint selling* no mercado de transmissão televisiva do futebol brasileiro

Felipe Augusto Loschi Crisafulli<sup>1</sup>  
Leonardo Fernandes dos Anjos<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente trabalho insere-se na temática das transmissões televisivas do esporte profissional, nomeadamente do futebol, tendo em conta a natureza econômica dessa atividade, investigando-se, nesse contexto, os princípios jurídicos, econômicos e desportivos que demonstram a necessidade da adoção de um modelo de negociação de tais direitos, ainda que por meio de intervenção estatal, que propicie, em simultâneo, um maior equilíbrio competitivo e incerteza nos resultados, exigido no plano essencialmente desportivo; e maiores ganhos de eficiência em proveito do torcedor-consumidor, sob a ótica econômica/antitruste. Desse modo, considerando o caráter lícito-concorrencial de *joint selling* nessa atividade, inova-se na abordagem da questão por se utilizar o critério da solidariedade na atividade econômica desportiva como elemento justificador de tal modelo negocial.

Palavras-chave: desporto; direitos de transmissão televisiva; equilíbrio competitivo; incerteza dos resultados; ganhos de eficiência; solidariedade; *joint venture*; *joint selling*; tutela da concorrência; intervenção estatal.

### ABSTRACT

This work is part of the theme of television broadcasts of professional sports, namely football, taking into account the economic nature of that activity, investigating, in this context, the legal, economic and sporting principles that demonstrate the need to adopt a negotiation model of such rights, even though by state intervention, that engender, at the same time, more competitive balance and uncertainty of the outcomes, required under the strict sports perspective; and efficiency gains in favour of the fan-consumers interests, under the economic approach (antitrust law). Thus, considering the lawful nature of joint selling, on this activity, by the competition law, it breaks new ground on approach to the issue by using the criterion of solidarity in sports economic activity as justifying element in such a negotiation model.

Keywords: sport; television rights; competitive balance; uncertainty of outcomes; efficiency gains; solidarity; joint venture; joint selling; protection of competition; state intervention.

Classificação JEL: K21; K39; L24; L41; L43; L51; Z20; Z28; Z29.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Direito Civil pela Universidade de Coimbra. Mestre em Ciências Jurídico-Políticas, com menção em Direito Constitucional, pela Universidade de Coimbra. Bacharel em Direito pela PUC-Rio. Advogado.

<sup>2</sup> Doutorando em Direito pela Universidade de Coimbra. Mestre em Direito Econômico pela Universidade Federal da Paraíba. Investigador da Fundação para a Ciência e Tecnologia de Portugal - FCT/MCT. Pesquisador do Public Procurement Research Group (PPRG) na University of Nottingham School of Law. Advogado. Professor de Direito no UNIPÊ.

**SUMÁRIO:** 1. Introdução. 2. As peculiaridades do mercado do desporto e a licitude da atuação concertada de concorrentes nas ligas desportivas. 3. A análise concorrencial das vendas coletivas dos direitos de transmissão. 4. O critério da solidariedade como função essencial aos ganhos de eficiência no desporto em face das peculiaridades desse setor econômico. 5. Considerações finais. 6. Referências bibliográficas.

## 1. Introdução

O esporte moderno profissional encerra verdadeira atividade de cunho econômico<sup>3</sup> – e, como tal, sujeita-se à sua peculiar realidade e lógica de mercado. Nesse cenário, a fim de que possam ser realizados os investimentos inerentes ao seu funcionamento, os agentes econômicos necessitam buscar meios pelos quais possam levantar recursos bastantes para desempenharem suas atividades esportivas de modo competitivo, tanto sob o ponto de vista desportivo quanto econômico.

Nesse intuito, o empreendimento esportivo (*sports business*)<sup>4</sup>, em sua incessante busca pela viabilização da atividade econômica que desenvolve, deverá recorrer às diversas fontes de arrecadação que se encontram ao seu dispor, as quais vão desde a captação financeira junto a seus torcedores, a partir do licenciamento de produtos, bilheteria, programas de sócios, doações, financiamentos coletivos ou *crowdfundings*<sup>5</sup>, até os valores percebidos a título de “vendas” de atletas, para além daqueles decorrentes de publicidade e negociação de direitos de transmissão televisiva.

A transmissão dos eventos desportivos acrescentou escala industrial ao desporto profissional, massificando a sua produção e distribuição e, por conseguinte, seus ganhos<sup>6</sup>. A oportunidade de atingir os pontos mais longínquos do globo terrestre fez com que essa atividade

---

<sup>3</sup> “É um facto, e um facto incontornável: vivemos a era do *sports business*. A questão a colocar não é já, pois, a de saber se o desporto profissional constitui ou não uma actividade económica”. AMADO, João Leal. *Vinculação versus Liberdade*, op. cit. p. 82. Grifos no original.

<sup>4</sup> Aliás, como ressalta João Leal Amado, é “frequente, na literatura anglo-saxônica, utilizar a sugestiva fórmula *Sport\$biz* para exprimir este fenómeno”. AMADO, João Leal. *Desporto, Direito e Trabalho: uma Reflexão sobre a Especificidade do Contrato de Trabalho Desportivo*. In: BELMONTE, Alexandre Agra; MELLO, Luiz Philippe Vieira de; BASTOS, Guilherme Augusto Caputo. *Direito do Trabalho Desportivo: Os Aspectos Jurídicos da Lei Pelé frente às Alterações da Lei n. 12.395/2011*. São Paulo: LTr, 2013. p. 10. Grifo no original.

<sup>5</sup> Não à toa Bill Gerrard constata que “[o]s times desportivos profissionais somente podem ser viáveis financeiramente caso consigam manter a lealdade de seus fãs”. GERRARD, Bill. *Team Sports as a Free-market Commodity*. *New Political Economy*, Abingdon, v. 4, n. 2, p. 277, 1999. Tradução livre.

<sup>6</sup> Daí Bell e Campbell asseverarem que “o seu drama, as suas personalidades e o seu apelo mundial fazem do esporte a nova Hollywood”. BELL, E.; CAMPBELL, D. *For the love of money*. *The Observer*, Londres, p. 22, 23 mai. 1999. Tradução livre.

econômica superasse inclusive diversos segmentos do comércio mundial, correspondendo a 3% de seu volume<sup>7</sup>, fazendo com que ultrapassasse, sem retorno, a própria vertente meramente lúdica e recreativa do desporto.

Uma vez atestada a natureza econômica da atividade esportiva, assim como a importância que ostenta seu mercado de negociação de direitos de transmissão televisiva, impõe analisarem-se, a seguir, as particularidades desse mercado relevante, no que condiz primeiramente à licitude das práticas em concerto voltadas à negociação desses ativos, para, então, após um reconhecimento das idiossincrasias dessa indústria do desporto, propor a adoção do critério da solidariedade, para fins de obtenção de maior grau de eficiência e satisfação do interesse do consumidor no que respeita ao modelo de negociação desses direitos, em virtude do tratamento regulatório concorrencial específico que esse setor demanda.

## **2. As peculiaridades do mercado do desporto e a licitude da atuação concertada de concorrentes nas ligas desportivas**

Por configurarem os direitos televisivos um produto escasso, as disputas comerciais envolvendo a sua negociação, principalmente no âmbito do futebol, constituem um mercado bastante acirrado, capaz de alcançar valores altíssimos. No afã de maximizar os seus ganhos, cada um dos agentes econômicos –tanto os clubes e suas associações, por estratégias destinadas a inflacionar os preços de venda, quanto as estações de televisão e outros difusores, para a obtenção de direitos exclusivos de grande extensão e duração– pode, eventualmente, valer-se de práticas que tenham o potencial de resultar em prejuízos à livre concorrência<sup>8</sup>.

A busca pela elevação dos índices de concentração que lhes propicie uma posição dominante suficiente para conseguir impor a cobrança de preços de monopólio nesses mercados relevantes<sup>9</sup> e a imposição de dificuldades substanciais à entrada de novos concorrentes são

---

<sup>7</sup> COMISSÃO EUROPEIA. *O Modelo Europeu do Desporto*: Documento de Reflexão da DG X. Bruxelas, 1999. p. 5. Segundo recente estudo da empresa de consultoria empresarial norte-americana A.T. Kearney, “o mercado de eventos esportivos em 2014 –receitas a partir de ingressos, direitos de mídia, e patrocínios– será próximo dos 80 bilhões de dólares, com impressionante crescimento anual de 7%. Quando você adiciona os artigos esportivos, vestuário, equipamentos, e gastos com saúde e condicionamento físico, a indústria dos esportes gera em torno de 700 bilhões de dólares anualmente, ou 1% do PIB mundial”. COLLIGNON, Hervé; SULTAN, Nicolas. *Winning in the Business of Sports*. Paris: A.T. Kearney, 2014. p. 2. Tradução livre.

<sup>8</sup> CUNHA, Carolina. Desporto e Concorrência. In: COSTA, Ricardo; BARBOSA, Nuno (coord.). *II Congresso de Direito do Desporto*: Memórias. Coimbra: Almedina, 2007. p. 188.

<sup>9</sup> *Ibid.* p. 189. É de se referir, ainda, que a definição de um mercado relevante requer a delimitação do produto e da área geográfica em relação aos quais ocorrerá a transação econômica.

manobras mercadológicas que requerem uma constante análise a ser feita pela autoridade de defesa da concorrência competente.

Assim, duas questões de âmbito concorrencial emergem quando do estudo do tema em apreço: a primeira diz respeito à viabilidade da negociação coletiva dos direitos de transmissão televisiva<sup>10</sup>; a segunda, por seu turno, corresponde à exclusividade ou não das transmissões, a qual poderá culminar num verdadeiro monopólio no desporto e/ou, até mesmo, caracterizar um abuso de posição dominante.

A negociação coletiva envolve uma cooperação horizontal, isto é, no mesmo nível da cadeia de produção ou de distribuição, entre agentes econômicos independentes e supostamente concorrentes, visando ao ajuste de condições em conjunto, para fixação de condições, preços e/ou oferta de produto ou serviço. Tal prática, de conluio/entendimento de vontades entre empresas, no caso, entidades esportivas, detentoras de direitos patrimoniais sobre as transmissões televisivas, constitui, por conseguinte, um comportamento não autônomo que pode, eventualmente, configurar uma conduta capaz de causar prejuízo à livre concorrência, na medida em que tenha por objeto (isto é, seja suscetível de) ou como efeito impedir, falsear ou restringir, de forma sensível, a concorrência, em parcela substancial de um mercado relevante. Daí, conclui-se que o sistema de defesa da concorrência não promove qualquer tipo de diferenciação entre as atividades econômicas, sujeitando, portanto, todos os setores da economia – inclusive, o *sports business*<sup>11</sup>.

As práticas colusivas, como os cartéis, estão previstas em todas as legislações de defesa da concorrência ao redor do mundo, todavia, o entendimento em torno de sua ilicitude varia basicamente segundo dois padrões de tratamento de investigação antitruste correntemente adotados por diversas jurisdições – ora sendo enquadrado segundo a regra *per se*, ora seguindo a doutrina da regra da razão (*rule of reason*). Nesse sentido, pode-se afirmar, no caso da regra *per se*, que a única condição necessária e suficiente para a condenação de uma empresa por prática de cartel reduz-se à necessidade de comprovação de que essa empresa tenha participado de acordo entre concorrentes para limitar a concorrência; é dizer-se: consoante a *per se*

---

<sup>10</sup> Cumpre ressaltar-se, por ora, que as negociações dos direitos de transmissão televisiva podem se dar tanto coletiva quanto individualmente; com efeito, no momento, por razões de análise do ponto de vista meramente concorrencial (antitruste), apenas serão abordadas as questões relativas à negociação coletiva.

<sup>11</sup> Nesse sentido, MESTRE, Alexandre Miguel. *Desporto e União Europeia: uma parceria conflituante?*. Coimbra: Coimbra Editora, 2002. pp. 128-129. Aqui, cabe destacar-se a prescrição da Lei n. 12.529/2011, estruturante do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência: “Art. 31. Esta Lei aplica-se às pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado, bem como a quaisquer associações de entidades ou pessoas, constituídas de fato ou de direito, ainda que temporariamente, com ou sem personalidade jurídica, mesmo que exerçam atividade sob regime de monopólio legal” – donde se infere que também as entidades de prática desportiva submetem-se aos ditames legais acima.

*condemnation*, certos acordos entre concorrentes não poderiam ser razoavelmente justificados, seriam ilegais *per se*, bastando a prova da sua ocorrência<sup>12</sup>.

Contrariamente, a condenação de uma empresa, no caso de aplicação da regra da razão, dependeria da análise não só da comprovação da existência do ato reputado ilícito (*e.g.*, cláusula de *horizontal price fixing* e/ou *market division*), mas também da demonstração dos efeitos negativos desses atos sobre a concorrência (isto é, a constatação de que tais cláusulas geraram prejuízos ao bem jurídico protegido concorrência). A *rule of reason* equivaleria, no direito brasileiro, à aplicação ao caso concreto dos princípios da razoabilidade ou proporcionalidade.

Com efeito, apesar de, consoante destacado na legislação antitruste norte-americana, “[t]odo contrato, combinação em forma de truste ou outra qualquer, ou conspiração, para restringir o comércio entre os diversos Estados, ou com nações estrangeiras, [ser] declarado ilegal”<sup>13</sup>, nem toda restrição ao comércio, conforme o mesmo diploma, pode ser considerada ilegal, somente aquelas que sejam desarrazoadas (irracionais): a Suprema Corte americana desenvolveu o entendimento de que certas restrições, por serem tão contrárias à lei, consideram-se ilegais *per se*, isto é, sem que se lhe exija adentrar em qualquer razão justificativa<sup>14</sup>.

Entre os acordos que são considerados ilegais *per se* estão os cartéis horizontais (*hard core cartels*) e a fixação horizontal de preços, *inter alia*. Os acordos que não recaem nessa categoria de ilegalidade *per se* ou que não precisam ser examinados porque são considerados acordos *per se* legais são analisados sob a ótica da *rule of reason*. Tais padrões de análise antitruste, todavia, não se prestam a designar rótulos aplicáveis a diferentes categorias de condutas anticompetitivas; na verdade, determinada conduta tem natureza anticompetitiva *se*, e *somente se*, a ela se associa a produção de efeitos líquidos negativos sobre o bem-estar em termos de exercício do poder de mercado por parte de um ou mais agentes. A presença do *efeito anticompetitivo*, nesse sentido, é, “sempre e necessariamente, elemento constitutivo da definição jurídica de ilícito antitruste”<sup>15</sup>.

De todo modo, nunca existiu no texto ou na história legislativa do *Sherman Antitrust Act*<sup>16</sup> nada que proíba a cooperação entre entidades econômicas separadas na produção de uma *commodity* ou serviço e nem uma subsequente vedação para a venda destes a pessoas ou firmas

---

<sup>12</sup> SCHUARTZ, Luís Fernando. Ilícito antitruste e acordos entre concorrentes. In: POSSAS, Mário Luiz. (org.). *Ensaio sobre Economia e Direito da Concorrência*. São Paulo: Singular, 2002. pp. 111-118.

<sup>13</sup> Sherman Antitrust Act, 15 U.S.C. § 1. Tradução livre.

<sup>14</sup> Vide *Standard Oil Co. v. United States*, 221 U.S. 1, 60, de 1911.

<sup>15</sup> SCHUARTZ, Luís Fernando. Op. cit. p. 117.

<sup>16</sup> Acerca do *Sherman Act*, em breves palavras, cumpre dizer-se tratar-se da lei federal marco na história do direito da concorrência dos Estados Unidos, datada do ano de 1890, pela qual restou proibida uma série de atividades reputadas anticompetitivas, para além de ter sido atribuída ao governo federal a obrigação de investigar e perseguir os trustes e entidades que porventura prejudiquem a concorrência, como monopólios e cartéis.

de fora do grupo. Nessa sequência de ideias, se tais proibições existissem, as parcerias, os acordos para vendas exclusivas e as ligas desportivas<sup>17</sup> seriam *per se* ilegais<sup>18</sup>. Mas, não só; na verdade, algumas atividades somente podem ser realizadas em conjunto, e talvez o exemplo mais marcante sejam os esportes profissionais: “[n]esse caso, a liga funciona como se fosse uma empresa, e quaisquer limitações a alianças horizontais seriam inapropriadas”<sup>19</sup>.

Note-se, de todo modo, haver estudiosos que alegam deverem ser as ligas desportivas tratadas como uma única entidade (*single entity*), referindo-se à doutrina segundo a qual a Seção 1 do *Sherman Act* não seria aplicável à cooperação entre a companhia matriz e a sua subsidiária integral. A dita doutrina da *single entity* foi estabelecida pela Suprema Corte dos Estados Unidos no caso *Copperweld v. Independence Tube*, 467 U.S. 752 (1984), ao sustentar que a matriz e a sua subsidiária integral não são capazes legalmente de conspirar uma com a outra em violação à aludida Seção 1. Outros autores tentam sustentar que o referido precedente *Copperweld* deveria ser alargado para incluir *joint ventures* específicas, tais como as ligas esportivas profissionais<sup>20</sup>, visto que seus membros não conseguem produzir seus produtos sem a integração e a cooperação de cada membro da liga<sup>21</sup>. Assim, apesar de cada clube ter o seu próprio dono independente, a liga compartilha uma *unidade de interesses*, a qual consiste em promover a competição e em manter o bem estar econômico de cada integrante.

Nessa senda, diferentemente de outros empreendimentos econômicos, as ligas profissionais são necessariamente um produto coletivo: a indústria desportiva profissional só é capaz de existir se as unidades negociantes independentes se engajarem em uma extensiva cooperação, afinal, se bastam duas equipes para se realizar uma competição esportiva, são

---

<sup>17</sup> Note-se que, especificamente em relação aos Estados Unidos, a questão aqui em análise restou apreciada em âmbito jurisprudencial aquando do caso *United States v. National Football League*, 196 F. Supp. 445 (E.D. Pa. 1961), em que se derrubou o contrato firmado entre a NFL (liga estadunidense de futebol americano) e a CBS (cadeia televisiva estadunidense) com base na sua violação à legislação antitruste. Na sequência dessa decisão, e de modo a nulificar os seus termos, o Congresso norte-americano estabeleceu o *Sports Broadcasting Act of 1961* (15 U.S.C. § 1291), pelo qual restou definido que as leis antitruste não se aplicam quando estiver em causa a negociação dos direitos de transmissão dos eventos esportivos profissionais de futebol americano, beisebol, basquetebol e hóquei —é dizer-se: a legislação autorizou às ligas negociar de modo unitário seus contratos de transmissão com as redes televisivas—, derrogando, assim, a lei de concorrência norte-americana no que concerne ao desporto praticado naquele país. Para mais acerca da experiência estadunidense: MITTEN, Matthew J.; HERNANDEZ, Aaron. *The Sports Broadcasting Act of 1961: A Comparative Analysis of its Effects on Competitive Balance in the NFL and NCAA Division I FBS Football*. *Ohio Northern University Law Review*, Ada, v. XXXIX, n. 3, pp. 745-772, 2013.

<sup>18</sup> BORK, Robert. *The Antitrust Paradox: a policy at war with itself; with a new introduction and epilogue*. 2. ed. Nova Iorque: The Free Press, 1993. p. 341.

<sup>19</sup> *Ibid.* pp. 278-279. Tradução livre.

<sup>20</sup> JACOBS, Michael S. Professional Sports Leagues, Antitrust, and the Single-Entity Theory: A Defense of the Status Quo. *Indiana Law Journal*, Bloomington, v. 67, n. 1, pp. 25-67, 1991.

<sup>21</sup> ROBERTS, Gary R. The Single Entity Status of Sports Leagues Under Section 1 of the Sherman Act: An Alternative View. *Tulane Law Review*. Nova Orleans, v. 60, 1986, pp. 562-591.

necessários muitos times para se produzir uma liga ou um torneio<sup>22</sup>. Nesse sentido, a Suprema Corte americana, no caso da NCAA (associação atlética universitária estadunidense), por entender que a questão envolvia uma indústria na qual a restrição horizontal à concorrência seria essencial, afastou a hipótese de considerá-la ilícita *per se* e decidiu aplicar a regra da razão à análise da conduta restritiva da concorrência prevista no plano de venda de direitos de transmissão dos jogos de futebol americano universitário<sup>23</sup>.

### 3. A análise concorrencial das vendas coletivas dos direitos de transmissão

A análise dos órgãos de defesa da concorrência, no que diz respeito a tais práticas concertadas e colusivas atinentes ao produto principal, ou seja, à organização de campeonatos e ligas de esporte profissional em cooperação, pode, também, servir de argumento para a apreciação acerca da licitude das negociações dos produtos que lhe são acessórios – no caso, a venda dos direitos de cobertura televisiva sobre o evento desportivo. Ou seja, assim como se entende que a cooperação entre agentes econômicos independentes se mostra essencial<sup>24</sup> para a realização da atividade econômica principal, afastando, por conseguinte, qualquer mácula de cartelização anticoncorrencial que possa pairar a seu respeito, entendendo-se tratar-se de uma *joint venture* – e não de um cartel –, da mesma forma, em relação às negociações sobre um produto acessório – tal qual, por exemplo, a transmissão dos próprios eventos na televisão –, o argumento a ser aduzido pode ser justamente o de que *accessorium sequitur suum principale* (o acessório segue o seu principal) e, assim, a negociação coletiva desses direitos televisivos tratar-se-ia de uma *joint selling*, e não de uma conduta anticoncorrencial acessória (a ser derivável de um cartel) de fixação combinada de preços ou de oferta, *per se*. Logo, o exame concorrencial sobre a negociação coletiva de direitos televisivos há de ser realizado não apenas

---

<sup>22</sup> GERRARD, Bill. Team Sports as a Free-market Commodity, op. cit. p. 276.

<sup>23</sup> NCAA v. Board of Regents, 468 U.S. 85 (1984).

<sup>24</sup> “A conclusão é que, quando a integração é essencial, se a atividade deve ser realizada, a integração e as restrições que a fazem eficiente deverão ser reputadas como completamente lícitas. No entanto, quando a integração puder ser útil, mas não essencial (no sentido de que a cooperação não é a essência da atividade), então a *joint venture* e as suas restrições à concorrência acessórias (incluindo a fixação de preços e a divisão do mercado) deverão ser tidas por lícitas quando três condições forem preenchidas: (1) [o] acordo de fixação de preços ou divisão de mercados é subordinado à realização do contrato; isto é, as partes hão de cooperar numa atividade econômica, exceção feita ao que diz respeito à eliminação de sua rivalidade, e o acordo deve ser capaz de aumentar a eficácia daquela cooperação, e não mais amplo do que a necessário para aquele propósito; (2) [a] fatia coletiva de mercado das partes não é suficiente para resultar em perigo real capaz de restringir a produção (julgado por padrões racionais de concentração horizontais); (3) [a]s partes não devem demonstrar um propósito primário ou intenção de restringir a produção. Onde qualquer dessas condições não seja preenchida o acordo horizontal será ilícito. Onde não haja coordenação das atividades produtivas, a primeira condição resta violada; tal acordo é mais desprovido de validade do que auxiliar e deveria ser ilegal *per se*”. BORK, Robert. Op. cit. p. 279. Tradução livre.



para se comprovar a existência de uma conduta reputada como anticoncorrencial, a fim de se concluir pela sua ilicitude, mas, concomitantemente, demonstrar os efeitos anticompetitivos que daquela prática poderão resultar.

Em geral, em prol da autorização da prática de *joint selling*, a análise baseia-se num argumento de eficiência: as economias verificadas nos custos de transação pela existência de um “ponto de venda único”, em vez de diversas negociações separadas, além das vantagens no que toca à exploração de nomes ou marcas associados às competições e, ainda, da possibilidade de comercializar as partidas de uma dada competição como um só produto, vão ao encontro dos interesses da maioria dos espectadores, que querem acompanhar o desenrolar de toda a prova, e não (ou, não apenas) os jogos de uma determinada equipe<sup>25</sup>. Nesse mesmo sentido, a justificativa para a venda coletiva dos direitos transmissivos que convenceu a Corte de Práticas Restritivas do Reino Unido foi a de que os transmitentes e os telespectadores desejam, respectivamente, transmitir e assistir a toda a competição, em vez de jogos individuais<sup>26</sup> – dessa feita, a centralização na negociação dos direitos de transmissão é algo que, se não for essencial, ao menos se mostra mais vantajoso e útil para o sucesso na realização dessa atividade econômica.

E não por outro motivo, cumpre referir-se, o tema ora em apreço já foi objeto da análise do direito da concorrência em diversos locais do mundo. No que se refere ao continente europeu, a matéria já foi decidida em três oportunidades: o primeiro caso, de 2003, relativo à Liga dos Campeões da UEFA (*UEFA Champions League*)<sup>27</sup>; o segundo, em 2005, relacionado à Liga Alemã de Futebol (*Bundesliga*)<sup>28</sup>; e o terceiro, no ano de 2006, referente à Liga Inglesa de Futebol (*FA Premier League*)<sup>29</sup>. Em tais oportunidades, a Comissão Europeia reconheceu que a venda coletiva dos direitos de transmissão pode criar eficiências e, portanto, desde que respeitadas determinadas condições, ser aceita nos termos do artigo 101 (3) do TFUE (Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia). Entre as condições acima mencionadas incluem-se a obrigação de o vendedor conjunto (*joint seller*) dos direitos de transmissão organizar um

---

<sup>25</sup> CUNHA, Carolina. Op. cit. pp. 194-195.

<sup>26</sup> “Também foi dito[, na indigitada decisão,] que[,] com a venda conjunta através da liga[,] a receita daí decorrente pode ser distribuída numa base equitativa, permitindo as transferências das receitas de transmissão em favor dos clubes mais pobres e o desenvolvimento de atletas mais jovens”. ROBERTSON, Aidan. The Application of European Competition Law to Sports Broadcasting. *World Competition: Law and Economics Review*, Dordrecht, v. 25, n. 4, p. 429, 2002. Tradução livre.

<sup>27</sup> Processo COMP/C.2-37.398, decisão da Comissão de 23 jul. 2003; IP/01/583 e IP/03/1105.

<sup>28</sup> Processo COMP/Com-2/37.214, decisão da Comissão de 19 jan. 2005; IP/03/1106 e IP/05/62; MEMO/05/16. Sobre este caso, ver: WILBERT, Stefan. Joint selling of Bundesliga media rights – first Commission decision pursuant to Article 9 of Regulation 1/2003. *Competition Policy Newsletter*, Bruxelas, n. 2, pp. 46-48, verão 2005.

<sup>29</sup> Processo COMP/C/38.173; IP/02/1951, IP/03/1748, IP/05/1441 e IP/06/356.

*competitivo, transparente e não discriminatório procedimento licitatório*; a obrigação de *limitar a duração e o escopo do contrato vertical exclusivo*; e, relativamente à *FA Premier League*, a imposição de uma *cláusula de não comprador único (no single buyer clause)*.

De todo modo, a Comissão consignou que a avaliação de venda conjunta dos direitos de transmissão frente ao direito da concorrência exige uma apreciação caso a caso: o resultado final dessa análise pode ser diferente de Estado-membro para Estado-membro, devido a situações de mercado potencialmente diferentes. Ademais, aduzindo não ter planos, por ora, de adotar orientações específicas sobre o assunto, asseverou que as três indigitadas decisões, para além da orientação por si fornecida no Livro Branco do Desporto em 2007 e da jurisprudência existente, constituem base suficiente para as ligas e as autoridades nacionais da concorrência (NCA) avaliarem a compatibilidade dos acordos de venda conjunta no âmbito do direito da concorrência da União Europeia.

Por fim, a Comissão reconheceu, conforme a decisão do caso relativo à *UEFA Champions League*, que é desejável manter-se certo equilíbrio técnico-competitivo entre os clubes de futebol que disputam uma liga e que a redistribuição dos fundos poderia ajudar a alcançar a solidariedade entre todos os níveis e áreas do desporto. Com efeito, a Comissão assinalou, ainda, que a venda conjunta dos direitos de transmissão não é a única ferramenta apta a essa redistribuição dos fundos: a solidariedade entre todos os níveis de esporte, na visão daquele órgão, também pode ser atingida através de, entre outras opções, um sistema de venda individual dos direitos de transmissão, juntamente com mecanismos de solidariedade robustos. Logo, a análise caso a caso faz-se necessária para se decidir se estão reunidas as condições previstas no artigo 101 (3) do TFUE e, nessa ordem de ideias, se esse sistema está em conformidade com o direito da concorrência da UE.

Ainda no âmbito europeu, mas do ponto de vista doméstico, a Alemanha, através da sua autoridade nacional de defesa da concorrência, o *Bundeskartellamt*, considerou que os acordos entre os clubes de futebol e a liga recaem na proibição de cartéis da seção 1 GWB e do artigo 101 do TFUE, haja vista, ressalvadas algumas exceções, os clubes individuais não comercializarem os direitos de transmissão para os seus jogos (em casa) de forma autônoma; ademais, concluiu que os direitos de transmissão dos jogos da primeira e segunda divisões do futebol nacional (e demais torneios futebolísticos que envolvam os clubes alemães participantes da liga) não pertencem ao mesmo mercado, por exemplo, dos direitos de transmissão dos filmes *blockbusters* (Hollywood). Tendo isso em conta, asseverou que a venda conjunta dos direitos de transmissão é, em última análise, uma forma especial de restrição horizontal da concorrência:

não se trata, no entanto, de um clássico *hard core cartel*<sup>30</sup>, mas sim, face à grande importância que a propriedade de tais direitos de mídia tem para os provedores de conteúdo, uma significativa restrição da concorrência. Por fim, sublinhou que somente a negociação coletiva dos direitos de transmissão possibilitaria a otimização e maximização do modelo de marketing de venda dos produtos relativos à competição pelos mais diversos tipos de transmissão e canais<sup>31</sup>.

Na Itália, vale anotar-se que, com o advento da Lei n. 287/90, de 2008, impôs-se que a comercialização dos direitos de transmissão televisiva deixasse de ser feita individualmente e passasse a se dar pela via coletiva, havendo sido, ainda, determinado que 40% da arrecadação seriam divididos igualmente entre os clubes e os restantes 60% de acordo com os resultados esportivos (*risultati sportivi*) e a área de captação individuais (*bacino d'utenza*) – sendo certo que a porcentagem deste último não pode ser maior do que a dos resultados. É de se notar, entretanto, que, atualmente, se discute, na Itália, esse montante da divisão dos valores obtidos a partir da negociação dos direitos de transmissão, uma vez que a sua autoridade antitruste (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*) indicou ao Parlamento, ao Governo e ao Ministério do Desenvolvimento Econômico e do Esporte (*Ministerio dello Sviluppo economico e dello Sport*) que os critérios da tradição esportiva (*tradizione sportiva*) – a qual leva em conta o histórico dos clubes desde a temporada 1946-47 e corresponde a 10% do montante relativo à porcentagem dos *risultati sportivi*– e do *bacino d'utenza* –equivalente a 30% do montante relativo aos *risultati sportivi*– não são aceitáveis, devendo-se propor uma terceira opção. Os motivos da insurgência do *Garante* a esses dois critérios são: relativamente à *tradizione sportiva*, esta favorece os grandes clubes e, portanto, viola o princípio da remuneração meritocrática (que, segundo o *Antitrust*, é vital à competitividade do campeonato); quanto ao *bacino d'utenza*, por considerar que o número de espectadores de cada clube nada tem a ver com a lógica da meritocracia desportiva, devendo-se, pois, eliminar este critério ou, ao menos, limitá-lo. De todo modo, essa opinião do *Antitrust*, é de se referir, não tem qualquer valor cogente, de modo que é difícil fazer-se um prognóstico sobre o que se sucederá na Itália no futuro próximo acerca deste tema<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> SCHUARTZ, Luís Fernando. Op. cit. pp. 119 e ss.

<sup>31</sup> A título de curiosidade, vale consignar-se que, na Alemanha, nunca existiu o sistema de vendas individuais dos direitos de transmissão; a negociação, até hoje, sempre foi coletiva. Para mais acerca deste caso: EKLUND, Elisabeth. *Following the Rules of the Game?: A Competition Law Study of the Collective Sale of Sports Broadcasting Rights*. Badia Fiesolana: European University Institute, 1999. pp. 48-63.

<sup>32</sup> ITÁLIA. *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Diritti TV: Antitrust a Governo e Parlamento, necessario modificare il sistema vigente. Occorre una ripartizione delle risorse basata sul merito sportivo, decisa da un soggetto terzo diverso dalla Lega Calcio*. Disponível em: <<http://www.agcm.it/stampa/news/6413-diritti-tv>>

Na Espanha, a exemplo do que se passou na Itália, o governo local, visando a diminuir o abismo financeiro que separa os gigantes Real Madrid C.F. e F.C. Barcelona dos demais clubes, impôs, através da nova lei do desporto profissional –a saber, o Real Decreto-Lei n. 5/2015, de 30 de abril, proposto pelo *Consejo Superior de Deportes* e com o apoio da *Liga de Fútbol Profesional (LFP)*–, o modelo de negociação coletiva dos direitos de transmissão televisiva, o qual valerá a partir da temporada 2016/17, nos seguintes moldes: do total a ser destinado aos clubes, 50% serão repartidos equanimemente entre aqueles participantes da primeira divisão do campeonato nacional de futebol e, ao menos, 70% entre os do segunda escalão; ao passo que os restantes 50% atribuir-se-ão a cada clube, individualmente, a partir dos resultados esportivos por eles obtidos nas cinco últimas temporadas (primeira divisão) ou apenas na última temporada (segunda divisão) e do critério assim denominado da “implantação social”, o qual levará em conta questões como o número de sócios, a bilheteria e outras receitas<sup>33</sup>.

É de se salientar, ainda que brevemente, em relação ao Brasil, que o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), aquando da celebração do Termo de Compromisso de Cessação de Prática com o Clube dos Treze (ente responsável, à época, por negociar, coletivamente, em nome de todas as entidades desportivas disputantes do torneio, os direitos transmissivos de suas partidas), deparou-se, em alguma medida, com a matéria ora em apreço, não havendo se oposto, no entanto, em nenhum momento, à negociação coletiva dos direitos de transmissão televisiva. Na verdade, o CADE delimitou os parâmetros que deveriam ser seguidos pela referida entidade em sua negociação coletiva/centralizada perante todo o mercado televisivo nacional; dessa forma, no dizer do CADE, poder-se-ia “fazer cessar práticas que, se presentes determinadas condições previstas na lei, poderiam ensejar infração à ordem econômica”<sup>34</sup>.

Posto isso, considerando que a negociação coletiva dos direitos de transmissão, apesar de, *per se*, representar a prática de um acordo horizontal (colusão) que, hipoteticamente, poderia eliminar a livre concorrência em parte substancial desse mercado relevante e criar ou reforçar, de modo artificial, uma posição dominante, a qual ocasionalmente descambaria para a dominação de mercado desses bens e serviços, esta prática pode ser plenamente justificada e

---

segnalazione-a-parlamento-necessario-modificare-il-sistema-vigente-occorre-una-ripartizione-delle-risorse-basata-sul-merito-sportivo-decisa-da-un-soggetto-terzo-diverso-dalla-lega-calcio.html>. Acesso em: 28 out. 2014.

<sup>33</sup> TE INTERESA. ¿Qué dice el Real Decreto Ley 5/2015?. Disponível em: <[http://www.teinteresa.es/deportes/Real\\_Decreto\\_Ley\\_5-2015\\_0\\_1352865059.html](http://www.teinteresa.es/deportes/Real_Decreto_Ley_5-2015_0_1352865059.html)>. Acesso em: 12 mai. 2015.

<sup>34</sup> BRASIL. Conselho Administrativo De Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.006504/1997-11 (Termo de Compromisso de Cessação de Prática Firmado com a União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro – Clube dos Treze). Brasília, 20 de outubro de 2010.

até mesmo estimulada em certos casos, desde que resulte em (i) aumento de produtividade ou competitividade, (ii) melhoria da qualidade do bem ou serviço ou (iii) propicie ganhos de eficiência e desenvolvimento econômico e/ou (iv) que boa parte desses benefícios decorrentes seja repassada para o consumidor, conforme se verifique empiricamente. Cumpre lembrar-se que as ditas medidas, fruto de eventuais negociações coletivas, teriam o condão de valorizar ainda mais o campeonato nacional de futebol, em todas as suas divisões, aumentando a competitividade, melhorando a qualidade do próprio produto e propiciando um ganho de eficiência de todo o sistema do desporto brasileiro, para além do desenvolvimento econômico da atividade<sup>35</sup>, com o conseqüente repasse à coletividade de (tel)espectadores/torcedores-consumidores dos benefícios daí decorrentes – tudo na esteira da Lei n. 12.529/2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, especialmente de seu artigo 88, §§ 5º e 6º, que estabelecem as hipóteses em que são autorizadas tais colusões<sup>36</sup>.

#### **4. O critério da solidariedade como função essencial aos ganhos de eficiência no desporto em face das peculiaridades desse setor econômico**

O direito da concorrência, relativamente ao desporto profissional, conforme se registrou acima, alcança não apenas as entidades esportivas, que estão em permanente concorrência mútua (tanto quando praticam o mesmo esporte quanto quando se trata de desportos diferentes), mas também todos os demais atores envolvidos nesse cenário (ex.: empresas de televisão), sempre tendo como horizonte a manutenção de um ambiente de concorrência livre voltado para o benefício de toda a coletividade (tutela coletiva de direitos difusos dos cidadãos).

No entanto, a competição no esporte profissional envolve uma lógica de disputa própria, específica e por vezes paradoxal, uma vez que os clubes mantêm uma relação em alguma medida dúplice entre si, com interesses simultaneamente solidários e conflitantes, de rivalidade

---

<sup>35</sup> Aliás, essa realidade verificou-se nos Estados Unidos a partir da entrada em vigor da legislação que atribuiu uma isenção antitruste (*antitrust exemption*) aos esportes profissionais daquele país e os permitiu negociar em grupo unitário os direitos de transmissão televisiva de seus eventos: “[a] prática das ligas celebrarem contratos como unidade recrudescer enormemente as receitas televisivas”. DUQUETTE, Jerold J. *Regulating the National Pastime: Baseball and Antitrust*. Westport: Praeger, 1999. p. 76. Tradução livre.

<sup>36</sup> Art. 88. Serão submetidos ao Cade pelas partes envolvidas na operação os atos de concentração econômica em que, cumulativamente: [Omissis]. § 5º. Serão proibidos os atos de concentração que impliquem eliminação da concorrência em parte substancial de mercado relevante, que possam criar ou reforçar uma posição dominante ou que possam resultar na dominação de mercado relevante de bens ou serviços, ressalvado o disposto no § 6º deste artigo. § 6º. Os atos a que se refere o § 5º deste artigo poderão ser autorizados, desde que sejam observados os limites estritamente necessários para atingir os seguintes objetivos: I – cumulada ou alternativamente: a) aumentar a produtividade ou a competitividade; b) melhorar a qualidade de bens ou serviços; ou c) propiciar a eficiência e o desenvolvimento tecnológico ou econômico; e II – sejam repassados aos consumidores parte relevante dos benefícios decorrentes.

e de interdependência, de disputa no âmbito da competição e de cooperação no desenvolvimento e organização desta, a qual corresponde ao produto conjunto (*joint venture*), que será consubstanciado na atividade econômica por eles praticada (especificidade desportiva) – haja vista, no desporto, o clube precisar do adversário tanto na perspectiva esportiva *stricto sensu* quanto sob o viés da viabilidade e atratividade do torneio como um todo, numa lógica que pode ser denominada *oposição cooperativa*<sup>37</sup>, de modo que, em última análise, vige a regra da *dependência recíproca dos clubes*<sup>38</sup>.

Em outras palavras: o sucesso de um competidor estimula o do outro e, nesse diapasão, resulta num maior sucesso da própria competição em si, maximizando, assim, o interesse dos (tel)espectadores no espetáculo desportivo (ou, numa visão mais econômica, o interesse dos consumidores no produto), de maneira que, na sequência da lógica acima descrita (*oposição cooperativa/dependência recíproca dos clubes*), mais vale o sucesso global do torneio e do próprio desporto, a partir do estímulo a todos os seus participantes, do que o sucesso individual de apenas um (ou poucos) clube(s)<sup>39</sup> – tal qual ocorre no dilema do prisioneiro, utilizado para a análise da chamada teoria dos jogos, em que a vantagem obtida a partir de uma operação conjunta é maior do que aquela alcançada pelo somatório dos êxitos individuais, o que, em última análise, corresponde ao chamado *ganho de eficiência econômica* (do que se conclui que o ganho de eficiência decorre da solidariedade entre os envolvidos).

Ocorre que o (interesse pelo) produto competição esportiva pauta-se em dois elementos essenciais<sup>40</sup>: a incerteza do resultado (*uncertainty of outcome*)<sup>41</sup> e o equilíbrio competitivo

---

<sup>37</sup> SIMON, Gérard. *Puissance Sportive et Ordre Juridique  tatique*: Contribution a l'étude des relations entre la puissance publique et les institutions privées. Paris: Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. p. 27.

<sup>38</sup> MESTRE, Alexandre Miguel. Op. cit. p. 130.

<sup>39</sup> “Em definitivo, no desporto profissional, o objetivo   ser o *número um*, não o *número único*, a competi o faz-se *contra*, mas também *com*, o adversário”. AMADO, João Leal. *Vincula o versus Liberdade*, op. cit. p. 83. Grifos no original.

<sup>40</sup> O primeiro a verificar esta peculiaridade do esporte, segundo se aponta historicamente, foi Simon Rottenberg, que atestou: “[a] natureza da indústria [do desporto]   tal que os competidores devem ter ‘tamanho’ aproximadamente igual caso qualquer deles almeje obter sucesso; este parece ser um atributo exclusivo dos esportes competitivos profissionais”. ROTTENBERG, Simon. The Baseball Player's Market. *The Journal of Political Economy*, Chicago, v. 64, n. 3, p. 242, jun./1956. Tradu o livre.

<sup>41</sup> “Incerteza do resultado   um conceito relacionado na medida em que se preocupa com a imprevisibilidade do resultado de um jogo individual (dispersão da vitória) [(*win dispersion*)], ou do eventual vencedor do campeonato no final da temporada (persistência de performance) [(*performance persistence*)], ou o número de clubes que ganham a liga frente a um número de temporadas (concentra o do pr mio) [(*prize concentration*)]”. GODDARD, John; SLOANE, Peter. Introduction. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Handbook on the Economics of Professional Football*. Cheltenham: Edward Elgar, 2014. p. 3. Tradu o livre.

(*competitive balance*)<sup>42</sup> entre os contendores<sup>43</sup>. Isso porque a atratividade de público gerada por determinado torneio esportivo está diretamente relacionada com a incerteza do jogo, a qual, por seu turno, decorre diretamente do equilíbrio de forças entre os participantes, sendo certo que quanto maior for o interesse dos (tel)espectadores pelo, no jargão econômico, produto (isto é, o campeonato esportivo) maior será a força da competição e, portanto, maiores serão os ganhos auferidos por todos os envolvidos (ganhos de eficiência econômica, em proveito dos (tel)espectadores-consumidores)<sup>44</sup>.

É dizer-se: o espetáculo esportivo, a incerteza dos resultados e o equilíbrio competitivo estão intimamente ligados, visto que uma liga cujos vencedores não sejam previamente conhecidos atrai muito mais a atenção e o interesse do público do que uma competição de *cartas marcadas*, isto é, dominada por alguns poucos contendores. Ou seja: um campeonato cuja incerteza de seus resultados não se verifique acaba por ter o seu mínimo praticável de competitividade prejudicado e, em vista disso, por ser contraproducente à sua própria lógica interna<sup>45</sup>: “além de aumentar o fosso entre uns e outros, o desequilíbrio competitivo seria de tal modo notório, [*sic*] que o próprio espetáculo desportivo acabaria por perder todo o seu entusiasmo e interesse, quedando-se numa indústria pouco apetecível e monótona”<sup>46</sup>.

---

<sup>42</sup> “Equilíbrio competitivo significa que os times em um campeonato são de aproximadamente igual força, de modo que a diferença no número de pontos obtidos pelas diversas equipes é relativamente pequena”. Ibid. pp. 2-3. Tradução livre.

<sup>43</sup> O equilíbrio competitivo, cumpre anotar-se, “é composto por três dimensões: uma de curto prazo (a incerteza do resultado de um jogo específico), uma de meio-termo (a incerteza do resultado de uma subcompetição[.] como a corrida de um campeonato) e uma de longo prazo (a dominação (ou não) de uma liga por algumas equipes ao longo do tempo)”. PAWLOWSKI, Tim. *Competitive balance and its (un)importance for fans in European football*. Disponível em: <<http://footballperspectives.org/competitive-balance-and-its-unimportance-fans-european-football>>. Acesso em: 17 mar. 2015. Tradução livre.

De todo modo, embora o autor construa a sua tese tendo em conta tão somente o equilíbrio competitivo, a bem da verdade, ela vale também para a incerteza dos resultados, visto que esta tanto pode se referir à *incerteza imediata*, de uma partida específica, quanto à *incerteza mediata*, de todo o campeonato em si.

<sup>44</sup> Daí Martin Edwards, ex-presidente do Manchester United F.C., haver dito que “a força de um campeonato se encontra na sua equipe mais fraca”. FYNN, Alex; GUEST, Lynton. *For Love or Money: Manchester United and England – The Business of Winning?*. Londres: Andre Deutsch, 1999. Tradução livre.

<sup>45</sup> “É deste jogo de ilusão/desilusão (alguns dirão: de alienação) que vive o espetáculo desportivo, é esta ‘deliciosa expectativa’, é este ‘núcleo fascinante’, é esta ‘doce tensão’, é este ‘factor sonho’ que o alimenta. E é também isto que explica que o espetáculo desportivo, e não o circo, seja hoje o maior espetáculo do mundo”. AMADO, João Leal. *Vinculação versus Liberdade*, op. cit. pp. 84-85.

<sup>46</sup> CORREIA, Lúcio. Op. cit. p. 86. Em sentido semelhante acerca da necessidade de manutenção da competitividade no desporto: AMADO, João Leal. *Temas Laborais 2*. Coimbra: Coimbra Editora, 2007. p. 170; MAZZONI, Alberto. Sport, Calcio Professionistico e Regole del Mercato. In: DEMURO, Ivan; FROSINI, Tommaso Edoardo. *Calcio Professionistico e Diritto* (org.). Milão: Giuffrè, 2009. pp. 3-52; BLANPAIN, Roger; INSTON, Rita. *The Bosman Case: The End of the Transfer System?*. Leuven: Peter-Leuven e Sweet & Maxwell, 1996. pp. 19-20.

Criticando a influência do dinheiro provindo da mídia, Gerrard Bill pontua: “Alan Sugar, ex-presidente do clube de futebol inglês Tottenham Hotspur, descreveu famosamente essa situação como o ‘prune-juice effect’ [‘efeito suco de ameixa seca’]: os rendimentos que os clubes auferem muito rapidamente escoam na forma de salários dos jogadores. Assim, o mercantilismo, em muitos casos, tende a comprometer ainda mais a viabilidade desportiva e financeira das ligas, exacerbando a disparidade entre os times e aumentando o conflito entre jogadores

Logo, é justamente o equilíbrio competitivo que assegura a incerteza do resultado esportivo –verdadeira condição *sine qua non* à existência do desporto em si–, sob pena de se esvaír o interesse dos (tel)espectadores nessa atividade<sup>47</sup>:

Uma competição desportiva patentemente desequilibrada, na qual a disparidade de forças praticamente não deixe margem para dúvidas quanto ao seu vencedor, revela-se, com efeito, pouco atractiva. O espectáculo desportivo necessita, como se disse, da emoção, do drama, da incerteza do resultado. Se o confronto se verifica entre forças muito desiguais[,] há pouco espaço para a ilusão (os mais optimistas dirão que por vezes há milagres, mas estes, se os houver, acontecem muito raramente...) e, sem esta, o público desinteressa-se, não assiste à competição, baixa o nível das audiências, a publicidade e os patrocínios diminuem, o dinheiro escasseia, o negócio não prospera... [...] em suma, a indústria do desporto profissional, enquanto indústria do entretenimento, estaria pouco menos do que condenada!<sup>48</sup>.

Com efeito, pode-se, também, enxergar a existência de dois elementos acessórios, bastante importantes à atração e promoção do espetáculo esportivo; o primeiro respeita à *qualidade do espetáculo desportivo/qualidade dos contendores (quality of play/quality of the contenders)*, pelo qual o interesse dos (tel)espectadores em determinado esporte (ou, mais especificamente, determinado campeonato ou prova) está também relacionado à qualidade do evento em si, isto é, dos seus participantes (ex.: um jogo de futebol entre dois clubes da terceira divisão do campeonato nacional, ainda que possa ser tecnicamente mais equilibrado e o seu resultado mais difícil de se prognosticar, tende a gerar uma menor repercussão e interesse perante o rol de (tel)espectadores do que uma partida envolvendo dois clubes da primeira divisão, entre os quais, porventura, possa existir uma maior assimetria, porém, com maior qualidade/técnica)<sup>49</sup>.

---

e equipes”. GERRARD, Bill. Media Ownership of Teams: The Latest Stage in the Commercialisation of Team Sports. In: SLACK, Trevor (org.). *The Commercialisation of Sport*. Abingdon: Routledge, 2004. p. 248. Tradução livre.

<sup>47</sup> Conforme apontado por Babatunde Buraimo, apesar de haver poucos estudos acerca da influência da *uncertainty of outcome* nas audiências da mídia televisiva, existem indicativos de que os telespectadores preferem assistir a partidas em que a incerteza dos resultados é um traço característico (*feature*) do evento em causa, vide: BURAIMO, Babatunde. Spectator demand and attendances in English football league. In: GODDARD, John; SLOANE, Peter (org.). Op. cit. p. 70.

<sup>48</sup> AMADO, João Leal. *Vinculação versus Liberdade*, op. cit. pp. 85-87. Em contrapartida, não é falso dizer-se que, ao menos para aqueles que estão frequentemente a vencer, o inverso (pode) opera(r)-se: quanto maior o número de triunfos maior também é a repercussão midiática dos feitos do desportista ou do clube (especialmente em relação ao atleta, vale dizer-se, muitas vezes também seus atos extradesportivos ganham maior conotação/relevância, face à chamada *indústria dos paparazzi*), assim como mais interesse desperta aquele praticante ou agremiação esportiva no mercado publicitário, mais exposição nos meios de comunicação têm seus patrocinadores, logo, mais dinheiro receberão (ou, ao menos, poderão receber), maior será o número de torcedores e fãs que angariarão (ou poderão angariar) em seus jogos/exibições – torcedores/fãs, estes, que, como mercado consumidor que são, poderão, consequentemente, reverter-se em mais uma fonte de lucro para o próprio esportista/clube. De todo modo, cfr. notas de rodapé n. 58 e 59, *infra*.

<sup>49</sup> Para mais a respeito da variável *qualidade (quality)*, ver: TREBLE, John. *Funny Peculiar: Modelling Sports Leagues*. Disponível em: <[www.swansea.ac.uk/welmerc/Funny%20Peculiar.doc](http://www.swansea.ac.uk/welmerc/Funny%20Peculiar.doc)>. Acesso em: 17 mar. 2015.



O segundo, por seu turno, corresponde à publicidade/o *marketing* em torno do produto esportivo comercializado (campeonato, prova), de modo que um determinado torneio, independentemente dos demais fatores já elencados, pode ter mais apelo do público do que outra competição que reúna, de maneira mais inquestionável, todos aqueles fatores (ex.: pode-se vislumbrar mais incerteza nos resultados, um maior equilíbrio competitivo, uma qualidade técnica mais apurada, etc., no Campeonato Brasileiro do que no Campeonato Espanhol de futebol, contudo, este, face à sua melhor promoção publicitária, pode gerar mais interesse nos (tel)espectadores do que aquele). Por esse motivo, a relação entre a mídia e o esporte tem se estreitado diuturnamente, a ponto de se poder asseverar haver, na atualidade, uma mútua dependência: o crescimento do interesse dos meios de comunicação nos espetáculos desportivos configura a mola propulsora de maior destaque do marketing esportivo mundial, sem o qual os diversos setores que dele dependem não teriam se desenvolvido, nem difundido o número de espectadores pelo mundo. Responsável maior pela popularização do desporto que é, “a mídia passou a atender melhor às demandas de seus dois públicos: os consumidores de esporte (telespectadores e torcedores) e o mercado anunciante, interessado em atingir esses consumidores”<sup>50</sup>.

Nesse contexto, surgem os chamados *Louis–Schmeling paradox* (paradoxo Louis–Schmeling)<sup>51</sup> e *New York Yankees paradox* (paradoxo do New York Yankees)<sup>52</sup>, que se baseiam

---

<sup>50</sup> POZZI, Luis Fernando; RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcellos. Esporte e mídia. In: DACOSTA, Lamartine Pereira (org.). *Atlas do Esporte no Brasil: Atlas do Esporte, Educação Física e Atividades Físicas de Saúde e Lazer no Brasil*. Rio de Janeiro: Shape, 2005. p. 722.

<sup>51</sup> O primeiro a notar este paradoxo foi Walter C. Neale; na lição do autor, se Joe Louis, estadunidense ex-campeão mundial de boxe dos pesos pesados, que dominou a sua divisão entre os anos de 1937 e 1948 (a exceção, isto é, o único lutador que lhe fazia frente era o alemão Max Schmeling), não tivesse nenhum competidor para enfrentar (monopólio puro), “ele não teria ninguém para lutar contra, nem ganharia qualquer dinheiro”. NEALE, Walter C. The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *The Quarterly Journal of Economics*. Cambridge, v. LXXVIII, n. 1, fev. 1964, p. 2. Tradução livre.

<sup>52</sup> O presente paradoxo diz respeito à relação havida entre a vitória e o apelo do fã, isto é, quanto mais previsível for a vitória (seja numa partida, seja do campeonato em si) menor será o interesse do torcedor em acompanhar o seu clube do coração: “[v]encer é importante para os times e seus fãs[,] mas o valor emocional e financeiro é muitas vezes crucialmente dependente da proximidade da competição [*closeness of competition* – isto é, do grau de equilíbrio entre os participantes]. Fãs de times vitoriosos podem ficar entediados se a vitória se torna quase garantida em virtude da diferença de competição efetiva em relação às demais equipes. Este fenômeno é frequentemente referido como o paradoxo do New York Yankees[,] em reconhecimento à percepção geral de que os públicos nos jogos do [time de beisebol norte-americano] Yankees começaram a declinar durante o seu período de dominação [da liga] no pós-guerra, somente tendo sido revertida essa tendência quando a performance esportiva do Yankees [também] declinou” (GERRARD, Bill. Media Ownership of Teams: The Latest Stage in the Commercialisation of Team Sports, op. cit. p. 251). Esta lógica, inclusive, já se verificou no esporte brasileiro, quando, na década de 1970, o então presidente do Fluminense Football Club, Francisco Horta, em decorrência do pouco dinheiro que os clubes cariocas de futebol possuíam na época, promoveu o chamado *troca-troca* de jogadores, no intuito de “motivar os torcedores adversários” (NAPOLEÃO, Antonio Carlos. *Fluminense Football Club: História, Conquistas e Glórias no Futebol*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 37), em face da dominação do clube das Laranjeiras frente aos seus rivais, no período conhecido como *a máquina tricolor*, e, assim, promovendo um maior equilíbrio na competição.

na máxima de que, no âmbito do esporte, diferentemente do que se passa noutras atividades econômicas, o monopólio, do ponto de vista da empresa, não configura a sua “posição ideal no mercado”: as entidades desportivas dependem necessariamente dos demais competidores para serem bem sucedidas, de modo que a regra econômica ordinária não se aplica ao mundo dos desportos; isto é, na economia dos esportes profissionais, as receitas estão associadas à competição entre os atletas ou as equipes que disputam as partidas, e não à concorrência (*business competition*) entre os clubes (as empresas) que contratam os contendores<sup>53</sup>.

E é justamente nessa ótica, de um clube necessitar da presença do outro, e não da sua aniquilação (“lógica capitalista selvagem”), que exsurge a máxima da *solidariedade* (*solidarity*), a qual pode ser considerada o *leitmotiv* da atividade esportiva profissional<sup>54</sup>, tanto na sua repercussão econômica—isto é, como produto (campeonato), comercializável e oferecido no mercado, em *joint venture*, com vista à maximização do lucro de todos—quanto sob o prisma da realização do campeonato enquanto mútua disputa sequenciada de candidatos a um mesmo objetivo comum, a promoção da justa competição esportiva (*fair play*)—ou seja, no que diz respeito à qualidade do evento, equilíbrio de forças e incerteza dos resultados<sup>55</sup>.

---

Contudo, vale anotar-se haver estudos contrários a este paradoxo, isto é, segundo os quais *quanto maior o equilíbrio do espetáculo menores os públicos presentes nos estádios*, vide: BURAIMO, Babatunde. Op. cit. pp. 69-71. O autor, inclusive, aponta dados relativos não apenas ao futebol inglês, mas também ao beisebol norte-americano, os quais indicariam que, em ambos os esportes, os fãs dos clubes da casa preferem ir aos estádios em jogos cuja certeza do resultado seja maior a fazê-lo naqueles em que a incerteza prevaleça: Ibid. pp. 63-67. De todo modo, ainda assim, como ressalta Andrew Zimbalist, “[s]e os fãs fossem indiferentes à incerteza do resultado e à equidade da competição, o equilíbrio competitivo não seria mais relevante ... que a escolha do texto gravado [*typescript*] nas bolas utilizadas na competição”. ZIMBALIST, Andrew. Competitive Balance Conundrums: Response to Fort and Maxcy's Comment. *Journal of Sports Economics*, Thousand Oaks, v. 4, n. 2, p. 162, mai. 2003.

<sup>53</sup> NEALE, Walter C. Op. cit. pp. 1-2. Nesse sentido, já em meados do século XX, Simon Rottenberg pontificava: “os clubes mais ricos normalmente preferirão vencer a perder. Se assim o for, preferirão vencer por margens curtas a fazê-lo por margens largas”. ROTTENBERG, Simon. Op. cit. p. 256. Tradução livre.

<sup>54</sup> Lembre-se, nesse sentido, o que já se alertava na década de 1950, no caso *United States v. National Football League*, 116 F. Supp. 319 (E.D. Pa. 1953): se todos os clubes competirem tão duro quanto puderem no âmbito do mercado (*business*), aqueles mais fortes serão suscetíveis de conduzir os menos fortes ao fracasso financeiro. Com efeito, para além de os clubes vencedores geralmente serem os mais ricos, a menos que limitados por regras artificiais, os ricos ficam sempre mais ricos e os pobres, mais pobres. Logo, os efeitos líquidos de se permitir a concorrência sem restrições entre os clubes tendem a ser: o aprofundamento das disparidades de força entre as equipes; a expulsão das equipes mais fracas do negócio (*business*); e, finalmente, a destruição de toda a liga. Daí se poder concluir que, “[q]uando um time de esporte profissional elimina a competição, o time também efetivamente elimina a [sua] fonte primária de receitas. Afinal de contas, as pessoas pagam para ver uma competição, não uma exibição”. BERRI, J. David; SCHMIDT, Martin B.; BROOK, Stacey L. *The Wages of Wins: Taking Measure of the Many Myths in Modern Sport*. Stanford: Stanford Business Books, 2007. p. 47. Tradução livre.

<sup>55</sup> Vale dizer-se, ainda, que o conceito de solidariedade, de tão amplo e afeto à atividade econômica desportiva, abarca diversas searas desta, inclusive ao que respeita às transferências de atletas (nomeadamente, ao chamado *mecanismo de solidariedade*, pelo qual, nas transferências onerosas internacionais, do montante pago pelo clube “comprador” ao clube “vendedor” por determinado atleta, é retirado certo montante, destinado ao seu clube formador, em decorrência dos gastos tidos, anteriormente, com treinamento e educação), conforme se depreende da seguinte passagem do estudo promovido pela Comissão Europeia acerca dos aspectos econômicos e legais daquelas transferências: “as instituições da UE enfatizam a importância das regras destinadas a apoiar a

A ideia de solidariedade é justamente o fio condutor que propicia a atividade econômica desportiva alcançar a sua tão almejada equidade e, assim, realizar os elementos já anteriormente referidos, o *competitive balance* e a *uncertainty of outcome*, nos campeonatos profissionais. Afinal, somente se vislumbrará o aludido equilíbrio de forças entre os contendores caso haja uma equidade entre eles, isto é, uma paridade de armas esportiva *stricto sensu* (poderio técnico proporcional), que, por conseguinte, permitirá garantir-se a incerteza dos prognósticos, sem a qual, lembre-se, o interesse e a atração desta atividade, pelos (tel)espectadores, restaria prejudicada.

Nessa ordem de ideias, tendo em conta o caráter econômico da atividade esportiva, a solidariedade também se faz necessária com vista à obtenção de um grau de concorrência praticável entre os participantes no mercado (*workable competition*). É dizer-se: sem a efetiva verificação desse critério, a atuação conjunta dos *players* teria a sua legitimidade, sob a perspectiva da análise jurídico-concorrencial, comprometida, uma vez que a licença (exceção) para o paralelismo de condutas, da qual gozam as *joint ventures* desportivas na doutrina de defesa da concorrência, perderia a sua razão de ser: a *rule of reason* afastar-se-ia da sua razão (*reason*) e violaria o sentido do critério que confere exceção à regra (*rule*). Dessarte, somente este critério –solidariedade– tem o condão de gerar os *ganhos de eficiência* (*efficiency gains*) maximizadores dos proveitos de todos os envolvidos, necessários para justificar o comportamento conjunto (*joint venture*) dos agentes econômicos envolvidos no mercado relevante relacionado ao desporto.

Verifica-se, assim, a partir dessa atuação solidária (em conluio) dos seus membros, a presunção propugnada pela *teoria dos jogos* (*game theory*) de que a vantagem a ser obtida coletivamente é superior ao somatório das vantagens percebidas de forma individual por todos os participantes – ou, em outras palavras, operando de maneira combinada, os agentes esportivos auferem, para efeito do produto comum (campeonato), ganhos maiores do que aqueles proporcionados quando agem de modo isolado.

Logo, a atuação em concerto (*joint venture/conluio/colusão/solidariedade*) possibilita ajustarem-se, entre todos os participantes, o *equilíbrio competitivo* e a *incerteza dos resultados*, os quais asseguram, a partir do ideal de *solidariedade*, os *ganhos de eficiência* exigidos a fim

---

solidariedade, a redistribuição de recursos entre os clubes (para promover a justa e equilibrada competição) e o desenvolvimento dos jovens como razões-chave para justificar as derrogações à aplicação tradicional das regras do Tratado da UE”. KEA-CDES. *The Economic and Legal Aspects of Transfers of Players*. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/sport/library/documents/cons-study-transfers-final-rpt.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2015. Tradução livre.

de justificação e, eventualmente, de estímulo desse comportamento colusivo, que devem permear todo o *sports business*.

## 5. Considerações finais

Consoante restou demonstrado ao longo do texto, em torno das competições esportivas e dos seus protagonistas (atletas, clubes, ligas, entidades organizadoras) gravita todo um conjunto de atividades econômicas: desde a contratação de atletas e negociação de capital em bolsas de valores (clubes-empresas) até as vendas de direitos televisivos ou multimídia, passando pela publicidade, patrocínios, *merchandising*, promoção do evento, licenciamento de produtos, etc. Desse modo, os eventos esportivos assumem, cada vez mais, uma natureza comercial globalizada, ultrapassando as fronteiras nacionais, com transmissões televisivas que atingem audiências incomparáveis em todo o mundo, tudo a configurar este setor cada vez mais como atividade econômica.

Nessa sequência de ideias, o sistema brasileiro, conforme a Lei n. 12.529/2011, salvaguardando a estrutura concorrencial dos mercados e regulando e sancionando determinados comportamentos dos agentes econômicos, no que se refere ao desporto profissional, alcança não apenas as entidades esportivas (clubes), que estão em permanente concorrência mútua (tanto quando praticam o mesmo esporte quanto quando se trata de desportos diferentes), mas também todos os demais atores envolvidos nesse cenário (ex.: empresas de televisão e radiodifusão), na esteira dos ditames constitucionais de defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico, cujo titular do bem jurídico a ser protegido é toda a coletividade.

Ora, assim sendo e, em adição, considerando-se que a indústria do esporte profissional (*sports business*) se baseia numa lógica de concorrência mútua, envolvendo um mecanismo de disputa próprio, específico e por vezes paradoxal, com interesses simultaneamente comuns e conflitantes, de competição e de interdependência, de disputa no plano desportivo e de cooperação na seara econômica (especificidade do desporto), sempre que não se fizerem presentes os ideais de *solidariedade* restará comprometida a própria economicidade dessa atividade econômica.

Nessa senda, a solidariedade figura como um critério tão essencial à atividade econômica do desporto que é justamente a sua presença que justifica, autoriza e até mesmo incentiva os comportamentos associativos entre concorrentes no mercado relevante do produto

competições esportivas, nomeadamente as *joint ventures* entre clubes, para formação de um mesmo campeonato, e as respectivas *joint selling*, para venda dos direitos de transmissão televisivas deste, na exata medida do que preconiza a legislação concorrencial brasileira (art. 88, §§ 5º e 6º, Lei n. 12.529/2011).

É com essa colaboração entre os agentes econômicos, no sentido de uma negociação coletiva, que se atinge, relativamente aos direitos de transmissão televisiva, a plenitude da ideia de solidariedade, tanto sob o seu viés puramente esportivo (equilíbrio competitivo/incerteza dos resultados) quanto frente à sua repercussão essencialmente econômica (ganhos de eficiência).

Dessa feita, em face da direta relação havida entre o modelo de negociação dos direitos televisivos e a sua repercussão nos resultados esportivos, isto é, considerando que a experiência internacional tem demonstrado ser o caminho que apresenta a maior proporcionalidade entre o ganho de eficiência e a equidade nas negociações dos direitos de transmissão justamente o modelo coletivo, conclui-se pela racionalidade, face às suas claras vantagens, de se adotar, no Brasil, esse tipo de negociação, ainda que a partir da intervenção estatal, a exemplo do que recentemente se passou na Espanha, sempre tendo em conta o critério da solidariedade e todas as benesses que ele proporciona nesse mercado relevante no âmbito do bem jurídico proteção da concorrência.

## **6. Referências bibliográficas**

AMADO, João Leal. Desporto, Direito e Trabalho: uma Reflexão sobre a Especificidade do Contrato de Trabalho Desportivo. In: BELMONTE, Alexandre Agra; MELLO, Luiz Philippe Vieira de; BASTOS, Guilherme Augusto Caputo (Org.). *Direito do Trabalho Desportivo: Os Aspectos Jurídicos da Lei Pelé frente às Alterações da Lei n. 12.395/2011*. São Paulo: LTr, 2013. pp. 9-21.

\_\_\_\_\_. *Vinculação versus Liberdade: O Processo de Constituição e Extinção da Relação Laboral do Praticante Desportivo*. Coimbra: Coimbra Editora, 2002. 548 p.

BELL, E.; CAMPBELL, D. For the love of money. *The Observer*. Londres, p. 22, 23 mai. 1999.

BERRI, J. David; SCHMIDT, Martin B.; BROOK, Stacey L. *The Wages of Wins: Taking Measure of the Many Myths in Modern Sport*. Stanford: Stanford Business Books, 2007. 312 p.

BLANPAIN, Roger; INSTON, Rita. *The Bosman Case: The End of the Transfer System?*. Leuven: Peter-Leuven e Sweet & Maxwell, 1996. 339 p.

BORK, Robert. *The Antitrust Paradox: a policy at war with itself; with a new introduction and epilogue*. 2. ed. Nova Iorque: The Free Press, 1993. 479 p.

BRASIL. Conselho Administrativo De Defesa Econômica. Processo Administrativo nº 08012.006504/1997-11 (Termo de Compromisso de Cessação de Prática Firmado com a União dos Grandes Clubes do Futebol Brasileiro – Clube dos Treze). Brasília, 20 de outubro de 2010.

BURAIMO, Babatunde. Spectator demand and attendances in English football league. In:

GODDARD, John; SLOANE, Peter. (org.). *Handbook on the Economics of Professional Football*. Cheltenham: Edward Elgar, 2014. pp. 60-72.

CAPINUSSÚ, José Maurício. *Comunicação e Transgressão no Esporte*. São Paulo: Ibrasa, 1997. 168 p.

COLLIGNON, Hervé; SULTAN, Nicolas. *Winning in the Business of Sports*. Paris: A.T. Kearney, 2014. 12 p.

COMISSÃO EUROPEIA. *O Modelo Europeu do Desporto*: Documento de Reflexão da DG X. Bruxelas, 1999. 30 p.

CORREIA, Lúcio. *Limitações à Liberdade Contratual do Praticante Desportivo*. Lisboa: Livraria Petrony, 2008. 339 p.

COSTA, António da Silva. Desporto e análise social. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Porto, I série, v. II, pp. 101-109, 1992.

CUNHA, Carolina. Desporto e Concorrência. In: COSTA, Ricardo; BARBOSA, Nuno (coord.). *II Congresso de Direito do Desporto: Memórias*. Coimbra: Almedina, 2007. pp. 171-204.

DUQUETTE, Jerold J. *Regulating the National Pastime: Baseball and Antitrust*. Westport: Praeger, 1999. 184 p.

EKLUND, Elisabeth. *Following the Rules of the Game?: A Competition Law Study of the Collective Sale of Sports Broadcasting Rights*. Badia Fiesolana: European University Institute, 1999. 93 p.

FYNN, Alex; GUEST, Lynton. *For Love or Money: Manchester United and England – The Business of Winning?*. Londres: Andre Deutsch, 1999. 315 p.

GERRARD, Bill. Media Ownership of Teams: The Latest Stage in the Commercialisation of Team Sports. In: SLACK, Trevor (org.). *The Commercialisation of Sport*. Abingdon: Routledge, 2004. pp. 247-266.

\_\_\_\_\_. Team Sports as a Free-market Commodity. *New Political Economy*, Abingdon, v. 4, n. 2, pp. 273-277, 1999.

GODDARD, John; SLOANE, Peter. Introduction. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Handbook on the Economics of Professional Football*. Cheltenham: Edward Elgar, 2014. pp. 1-10.

ITÁLIA. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. *Diritti TV: Antitrust a Governo e Parlamento, necessario modificare il sistema vigente. Occorre una ripartizione delle risorse basata sul merito sportivo, decisa da un soggetto terzo diverso dalla Lega Calcio*. Disponível em: <<http://www.agcm.it/stampa/news/6413-diritti-tv-segnalazione-a-parlamento-necessario-modificare-il-sistema-vigente-occorre-una-ripartizione-delle-risorse-basata-sul-merito-sportivo-decisa-da-un-soggetto-terzo-diverso-dalla-lega-calcio.html>>. Acesso em: 28 out. 2014.

JACOBS, Michael S. Professional Sports Leagues, Antitrust, and the Single-Entity Theory: A Defense of the Status Quo. *Indiana Law Journal*, Bloomington, v. 67, n. 1, pp. 25-67, 1991.

KEA-CDES. *The Economic and Legal Aspects of Transfers of Players*. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/sport/library/documents/cons-study-transfers-final-rpt.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

MAZZONI, Alberto. Sport, Calcio Professionistico e Regole del Mercato. In: DEMURO, Ivan; FROSINI, Tommaso Edoardo. *Calcio Professionistico e Diritto* (org.). Milão: Giuffrè, 2009. pp. 3-52.

MEIRIM, José Manuel. Desporto e Constituição. *Sub Judice – Justiça e Sociedade*, Lisboa, n. 8, pp. 37-57, jan./mar. 1994.

MESTRE, Alexandre Miguel. *Desporto e União Europeia: uma parceria conflituante?*. Coimbra: Coimbra Editora, 2002. 354 p.

NAPOLEÃO, Antonio Carlos. *Fluminense Football Club: História, Conquistas e Glórias no Futebol*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. 196 p.

NEALE, Walter C. The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and in Market Competition. *The Quarterly Journal of Economics*, Cambridge, v. LXXVIII, n. 1, pp. 1-14, fev. 1964.

PAWLOWSKI, Tim. *Competitive balance and its (un)importance for fans in European football*. Disponível em: <<http://footballperspectives.org/competitive-balance-and-its-unimportance-fans-european-football>>. Acesso em: 17 mar. 2015.

POZZI, Luis Fernando; RIBEIRO, Carlos Henrique de Vasconcellos. Esporte e mídia. In: DACOSTA, Lamartine Pereira (org.). *Atlas do Esporte no Brasil: Atlas do Esporte, Educação Física e Atividades Físicas de Saúde e Lazer no Brasil*. Rio de Janeiro: Shape, 2005. pp. 722-724.

ROTTENBERG, Simon. The Baseball Player's Market. *The Journal of Political Economy*, Chicago, v. 64, n. 3, pp. 242-258, jun./1956.

SCHUARTZ, Luís Fernando. Ilícito antitruste e acordos entre concorrentes. In: POSSAS, Mário Luiz. (org.). *Ensaio sobre Economia e Direito da Concorrência*. São Paulo: Singular, 2002. pp. 97-134.



SIMON, Gérald. *Puissance Sportive et Ordre Juridique Étatique*: Contribution a l'étude des relations entre la puissance publique et les institutions privées. Paris: Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1990. 429 p.

TE INTERESA. *¿Qué dice el Real Decreto Ley 5/2015?*. Disponível em: <[http://www.teinteresa.es/deportes/Real\\_Decreto\\_Ley\\_5-2015\\_0\\_1352865059.html](http://www.teinteresa.es/deportes/Real_Decreto_Ley_5-2015_0_1352865059.html)>. Acesso em: 12 mai. 2015.

TREBLE, John. *Funny Peculiar*: Modelling Sports Leagues. Disponível em: <[www.swansea.ac.uk/welmerc/Funny%20Peculiar.doc](http://www.swansea.ac.uk/welmerc/Funny%20Peculiar.doc)>. Acesso em: 17 mar. 2015.

TUBINO, Manoel José Gomes. *O Que é Esporte?*. São Paulo: Brasiliense, 1999. 276 p.

WILBERT, Stefan. Joint selling of Bundesliga media rights – first Commission decision pursuant to Article 9 of Regulation 1/2003. *Competition Policy Newsletter*, Bruxelas, n. 2, pp. 46-48, verão 2005.

YENKO, Jayne. *Origins of Sports*. Disponível em: <<http://www.livestrong.com/article/367931-origins-of-sports>>. Acesso em: 16 out. 2012.

ZIMBALIST, Andrew. Competitive Balance Conundrums: Response to Fort and Maxcy's Comment. *Journal of Sports Economics*, Thousand Oaks, v. 4, n. 2, pp. 161-163, mai./2003.