

## **A Implosão do Clube dos 13 e a Nova Competitividade do Campeonato Brasileiro<sup>1</sup>**

Sérgio Montero Souto<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

Analisa-se os efeitos da implosão do Clube dos 13<sup>3</sup>, em 2011, em duas dimensões: 1) Se a concentração da verba da televisão em dois dos 12 principais clubes brasileiros instaurou novo patamar de competitividade, indo da multiplicidade de candidatos a campeão nacional para um padrão mais próximo do duopólio da maioria dos principais campeonatos europeus. 2) Se isso resultou numa reconfiguração dos times mais tradicionais do país<sup>4</sup>. Diante de processo ainda recente, em lugar de conclusões definitivas, optou-se por indicar tendências sobre o surgimento de um novo paradigma. Cotejou-se a classificação nos nove Campeonatos Brasileiros seguintes ao fim do Clube dos 13, de 2012 a 2020 – o novo modelo de contrato com a TV Globo só entrou em vigor em 2012 – com as nove edições imediatamente anteriores, entre 2003 e 2011.

**PALAVRAS-CHAVE:** Clube dos 13; Globo; concentração.

### **O fim de um modelo**

Não se pretende aqui fazer uma historiografia detalhada sobre as razões e o processo de implosão do Clube dos 13. Já havendo nesse sentido amplo material empírico e trabalhos acadêmicos – (SANTOS, 2019), (LEITE JR, 2015) e (CHRISTOFOLETTI, 2015), entre outros – acionaremos dados desse histórico apenas o suficiente para contextualizar o foco deste trabalho: as consequências do novo modelo de negociação da verba de televisionamento pela TV Globo sobre os níveis de competitividade no Brasileiro e na reconfiguração do ranking dos TN.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela UFF e professor do Curso de Jornalismo da FCS-UERJ, e-mail: sms306406@hotmail.com

<sup>3</sup> O Clube dos 13 foi criado, em 1987, pelos 13 clubes de maior torcida do Brasil, num movimento de ruptura com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), com o objetivo de gerir de maneira independente da entidade o Campeonato Brasileiro. O grupo criou, naquele ano, a Copa União. Disputada por 16 times – houve três convidados: Goiás, Santa Cruz e Coritiba, e a exclusão de Guarani (vice-campeão brasileiro do ano anterior) e América (quarto colocado) – a Copa União foi a primeira competição sustentada, principalmente, pelo dinheiro da TV – no caso, a Rede Globo.

<sup>4</sup> Considera-se aqui como tais 12 clubes: quatro do Rio de Janeiro (Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco); quatro de São Paulo (Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Santos); dois de Minas Gerais (Atlético-MG e Cruzeiro); e dois do Rio Grande do Sul (Grêmio e Internacional). Serão doravante nomeados tradicionais nacionalmente (TN), em contraponto aos tradicionais regionalmente (TR) ou localmente (TL).

Embora já houvesse focos de insatisfação na associação dos principais clubes do país em relação ao acordo com a TV, o processo que mudou o paradigma então dominante foi deflagrado por uma decisão do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade). Em processo que corria no órgão desde 1997, o Cade decidiu, 13 anos depois, em outubro de 2010, acabar, por considerar abusivo, com o direito de preferência da Rede Globo na negociação dos direitos de televisão do Campeonato Brasileiro. O órgão, vinculado ao Ministério da Justiça, julgando estar diante de possível formação de cartel, o que é vetado pela legislação brasileira, cassou uma cláusula nos contratos firmados entre a Globo e o Clube dos 13, que, na prática, dava preferência automática à emissora em licitações de direitos de transmissão do Brasileiro.

Até então, a Globo tinha o direito de cobrir qualquer proposta, mesmo que a concorrência se desse por envelope fechado, modalidade pela qual os participantes ignoram as propostas dos demais concorrentes. A cláusula revogada dava prioridade de compra à empresa, que podia igualar os valores propostos por outras emissoras, além de ter direito a um deságio de 10% sobre qualquer proposta. Ou seja, se a proposta dos concorrentes fosse apenas 10% superior à dela, a emissora dos Marinhos mantinha os direitos de transmissão.

Outro ponto modificado no contrato foi em relação à forma de comercialização dos direitos do Campeonato Brasileiro, que ocorria num pacote único com todas as plataformas: televisão aberta, televisão fechada, *pay-per-view*, internet e celular. Após a decisão do Cade, os direitos das plataformas teriam de ser negociados separadamente, ampliando o total de concorrentes potenciais. O Cade determinou, ainda, no Termo de Cessação de Conduta (TCC) firmado com a emissora e o Clube dos 13, que as novas condições valeriam para as negociações de 2012 a 2014 (CHRISTOFOLETTI, 2015).

Após a decisão do Conselho, a TV Globo teve de concorrer em termos de igualdade com a Record e a RedeTV! – as outras duas emissoras que apresentaram propostas para transmissão na TV aberta. Além disso, quatro concorrentes participaram da disputa pela TV fechada; cinco para internet; seis por *pay-per-view*; e quatro por celular. A empresa dos Marinhos se fez representar nos certames por todas as plataformas. No entanto, mesmo com uma proposta mais vantajosa da TV Record na TV aberta – principal filão do negócio e o foco da análise nesta comunicação – um movimento encabeçado por Flamengo e Corinthians optou por implodir o Clube dos 13 e negociar em separado com a Globo.

---

O movimento dos dois clubes de maior torcida no país teve rápida adesão de outras agremiações – muitas delas reféns de antecipações, pela Globo, do pagamento de cotas de anos vindouros, prática comum na relação entre as partes – fazendo com que, em pouco tempo, apenas três filiados permanecessem fiéis ao esvaziado Clube dos 13: Atlético-MG, São Paulo e Athletico-PR. E quando a RedeTV!, única emissora a ainda permanecer na competição, após a desistência da Record, saiu do certame, o trio também aderiu ao acordo com a Globo. Como a negociação coletiva levada adiante pelo Clube dos 13 deixou de ser reconhecida pelos clubes antes associados à entidade, o modelo de acordos individuais foi aceito pelo Cade (LEITE JR, 2015).

Estava dado o pontapé inicial para o estabelecimento de um novo paradigma de poder econômico e níveis de competitividade no futebol brasileiro, como se procurará ilustrar com a comparação com o intervalo dos nove anos anteriores ao fim da negociação dos direitos de transmissão pela associação que representava os principais clubes do país. Para termos uma visão panorâmica das mudanças em curso, cotejou-se, não apenas o número de campeões do Brasileiro nos dois períodos, mas, também, o de times que, numa quase década e noutra, alcançaram as quatro primeiras posições – o G4 – que garante vaga automática à Libertadores, competição que, a partir dos anos noventa, e de forma crescente, tornou-se o principal objeto de desejo de clubes e torcedores. Tal preferência foi sancionada pelo jornalismo esportivo, que, em período anterior, punha maior ênfase na cobertura dos campeonatos estaduais e no nacional.

Também cotejou-se o número de clubes rebaixados para a segunda divisão – o Z4 – nos dois intervalos, o que, também, dá pistas significativas sobre o processo de reconfiguração em curso. Nesse recorte, subdividiram-se as equipes entre as que integram os 12 tradicionais nacionalmente (TN), conforme o recorte já exposto, e as não integrantes desse grupo, os tradicionais regionalmente (TR) ou localmente (TL).

O primeiro intervalo de nove anos utilizado tem início em 2003, ano em que começa a vigorar o sistema de pontos corridos pela primeira vez na história do Brasileiro. A partir dessa edição, os quatro primeiros garantiam vaga à Libertadores. Nesse período, em apenas três edições houve ligeira diferença em relação ao conjunto da amostragem das 18 competições acompanhadas. Entre 2003 e 2005, a disputa envolveu 24 agremiações – nos dois primeiros anos – e 22, no último, o que modificou o número de equipes rebaixadas, sem afetar, porém, o de integrantes do G4. A partir de 2006, o

Brasileiro tem sempre 20 participantes, quatro classificados diretamente para a Libertadores e quatro rebaixados.

Uma última explicação metodológica faz-se necessária. A partir de 2016, a Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) aumentou o número de vagas na Libertadores para Brasil, Argentina, Chile e Colômbia, já para a edição daquele ano. No caso brasileiro, houve salto de quatro para seis vagas via Brasileiro, com os quatro primeiros classificando-se diretamente para a competição, e o quinto e o sexto colocados disputando o que se convencionou chamar de pré-Libertadores.

Além disso, desde 2010, ainda por decisão da Conmebol, o campeão da Sul-Americana, também, passou a ter direito a uma vaga para a fase de grupos da competição, como já acontecia com o campeão da Copa do Brasil – contabilizada esta, o país tem ao menos sete vagas na Libertadores. Com isso, pelo menos, os seis primeiros colocados do Brasileiro passaram a participar da Libertadores. O número de participantes do país classificados por aquela competição, porém, pode ser ampliado até oito, caso o campeão da Sul-Americana seja um clube do Brasil e o campeão da Copa do Brasil também se classifique entre os seis primeiros lugares do campeonato nacional.

Essas potenciais vagas extras dependem, porém, digamos, de “um mérito extra” de outros clubes. Por isso, optou-se, por considerar, para os fins aqui propostos, apenas os quatro primeiros em todas as 18 edições. Adicionalmente, a inclusão do quinto e do sexto colocados distorceria a comparação com o período de 2003 a 2009, em que essas possibilidades inexistiam. Também excluiu-se da comparação a Copa do Brasil, por não se tratar de competição por pontos corridos, modalidade que, sem a maior imprevisibilidade do mata-mata, permite exprimir de forma mais nítida a superioridade das equipes mais competitivas. Pensa-se que tal opção metodológica captura melhor a trajetória do Brasileiro antes e depois da implosão do Clube dos 13.

### **Da (quase) equidade à assimetria das cotas**

Antes de se cotejar os níveis de competitividade dos dois novênios, compare-se o as cotas dos dois períodos. Concentramo-nos no valor pago pela TV aberta, ainda a principal plataforma do país e a mais valorizada por grande parte dos anunciantes. A exceção ocorre a partir de 2019<sup>5</sup>, quando há uma mudança relevante no modelo. Desde

---

<sup>5</sup> Em 2019, o Grupo Turner, via Esporte Interativo, depois TNT, disputou a transmissão pela TV fechada, atraindo oito clubes da série A, sendo três dos TN (Palmeiras, Santos e Internacional, este até 2021,

a criação da Copa União, em 1987, e até 2000, a cota da TV era dividida em partes iguais aos filiados ao Clube dos 13, com quantias inferiores aos “convidados”. Segundo cálculo do jornalista Mauro Beting, citado no blog do jornalista Allan Simon, em 1987, cada integrante do Clube dos 13 recebeu 12,8 milhões de cruzados, equivalente a quase R\$ 2 milhões em valores atualizados pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) entre dezembro de 1987 e dezembro de 2019. (SIMON, 2020).

A partir de 2001, a entidade separou Flamengo, Corinthians, Palmeiras, São Paulo e Vasco em um grupo que ganharia mais, e outro com Botafogo, Fluminense, Santos, Grêmio, Internacional, Cruzeiro, Atlético-MG e Bahia, com valores menores. Outros ajustes ocorreram até que, em 2011, a última divisão antes do fim do Clube dos 13 contemplava quatro grupos distintos:

GRUPOS	R\$ (milhões)	CLUBES					
1	21	São Paulo	Flamengo	Corinthians	Palmeiras	Vasco	
1A	18	Santos					
2	15	Atlético - MG	Cruzeiro	Internacional	Grêmio	Botafogo	Fluminense
3	13	Bahia	Portuguesa	Goiás	Sport	Vitoria <sup>6</sup>	Atlético -PR
		Coritiba	Guarani				

Fonte: LEITE JR. (2015, p. 61)<sup>7</sup>

Com o fim do Clube dos 13, o contrato para o triênio 2012 a 2015 elevou consideravelmente a assimetria do pagamento pelas partidas na TV aberta:

GRUPOS	R\$ (milhões)	CLUBES
--------	------------------	--------

quando retornou à Globo). Com isso, a Globo mudou a fórmula de pagamento da TV aberta: 40% do total passaram a ser distribuídos igualmente pelos clubes, 30% pela colocação no campeonato e 30% pelo número de partidas exibidas. Mais adiante, mostraremos como a Globo encontrou formas de driblar a teórica maior igualdade.

<sup>6</sup> Por estar na segunda divisão, recebeu apenas 50%.

<sup>7</sup> Os clubes que não faziam parte do Clube dos 13 tinham que negociar diretamente com a entidade e não recebiam mais do que 45% do valor do Grupo 3

1	110	Flamengo		Corinthians			
2	80	São Paulo					
3	70	Vasco		Palmeiras			
4	60	Santos					
5	45	Atlético - MG	Cruzeiro	Internacional	Grêmio	Botafogo	Fluminense
6	27	Coritiba	Goiás	Sport	Vitoria	Bahia	Athletico - PR
7	18	Atlético - GO (2012)	Figueirense (2012)	Náutico (2012 e 2013)	Ponte Preta (2012 e 2013)	Portuguesa (2012 e 2013)	Criciúma (2013)
		Chapecoense (2014)					

Fonte: LEITE JR. (2015, p. 83)

Avançando sua fatia nos orçamentos dos clubes, grande parte deles cada vez mais dependentes de adiantamentos de cotas vindouras, a Globo empoderou-se para, colonizar os horários das partidas e escalar o modelo de duopólio, ao qual também passa a privilegiar, de forma assimétrica, no total de jogos exibidos. Os contratos do triênio 2016-2018 radicalizam a distância entre os valores pagos à dupla e aos demais clubes:

GRUPOS	R\$ (milhões)	CLUBES					
1	170	Flamengo		Corinthians			
2	110	São Paulo					
3	100	Vasco		Palmeiras			
4	80	Santos					
5	60	Atlético - MG	Cruzeiro	Internacional	Grêmio	Botafogo	Fluminense
6	27	Coritiba	Goiás	Sport	Vitoria	Bahia	Athletico - PR

Fonte: LEITE JR. (2015, p. 84)<sup>8</sup>

Ou seja, a partir de 2016, Flamengo e Corinthians elevam a diferença, que era de R\$ 30 milhões sobre o São Paulo, para R\$ 60 milhões. Em relação a Vasco e Palmeiras,

<sup>8</sup> Demais clubes: negociações anuais com a Globo, a depender da participação na Série A

a distância avança de R\$ 40 milhões para R\$ 70 milhões. Na comparação com o Botafogo, cuja cota na transição do Clube dos 13 para as negociações individuais, saía de R\$ 16 milhões para R\$ 45 milhões, a distância para o Flamengo saltou, de R\$ 9 milhões em 2011, “para inacreditáveis R\$ 110 milhões”. (LEITE JR, p 85).<sup>9</sup>

### **Dois universos paralelos**

Vejamos como essa reconfiguração financeira materializou-se no nível de competitividade nos dois intervalos. No primeiro, de 2001 a 2010, seis clubes foram campeões brasileiros: São Paulo (três títulos), Corinthians (dois), Flamengo, Fluminense, Cruzeiro e Santos (todos com um título cada). Classificaram-se para o G4, nesse novênio, 13 equipes: São Paulo (seis vezes); Santos e Cruzeiro (quatro vezes cada); Grêmio, Palmeiras, Internacional, Flamengo e Fluminense (três), Corinthians, Vasco, Athletico-PR, São Caetano e Goiás (uma).

Foram rebaixados à segunda divisão, nesses nove anos, quatro clubes dos TN: Vasco, Corinthians, Grêmio e Atlético-MG – todos com uma única queda. Já entre as agremiações fora desse grupo, 25 caíram de série: Fortaleza, América-MG, Coritiba, Vitória, Avaí e Guarani (duas cada); Bahia, Ceará, Portuguesa-SP, Sport, Santa Cruz, Paraná, Juventude, Figueirense, Ipatinga, Santo André, Náutico, Goiás, Barueri, São Caetano, Ponte Preta, Payssandu, Crisiúma, Brasiliense, Athletico-PR (uma).

Vê-se, assim, uma briga bastante competitiva pelo título do Brasileiro, com apenas dois clubes, São Paulo (três) e Corinthians (duas), tendo vencido mais de uma vez a competição nesse intervalo, e com seis campeões diferentes em nove anos. O G4 também mostra grande pluralidade entre os classificados, com dez dos 12 TN – Botafogo e Internacional são as exceções – tendo participado, ao menos uma vez, em nove anos, da principal competição do continente. Além disso, três equipes fora do grupo mais tradicional – São Caetano, Athletico-PR e Goiás – foram à Libertadores. Os clubes TN rebaixados no período – quatro – caíram uma vez de divisão em nove anos, todos retornando à série A após apenas um ano.

---

<sup>9</sup>Em 2019, enquanto a mudança na distribuição das cotas da Globo, após a entrada do Grupo Turner na TV fechada, parecesse reduzir as assimetrias, a primeira ampliou o número de partidas do Corinthians na TV aberta e, aproveitando o ano excepcional do Flamengo, priorizou passar os jogos do time via *pay-per-view*. Com essas duas opções, elevou ainda mais a diferença dos valores pagos à dupla (MALUCELLI e RUDNICK, 2020). Como a mudança envolve itens variáveis, reproduzir o valor das cotas ano a ano, alargaria excessivamente o espaço desta comunicação. Consideramos que os números já expostos dão conta do foco escolhido.



---

Tal situação começa a mudar após a implosão do Clube dos 13 e a assinatura de contratos individuais. Entre 2012 a 2020, temos apenas cinco campeões brasileiros: Corinthians (três vezes), Cruzeiro, Palmeiras e Flamengo (duas cada) e Fluminense (uma). Classificaram-se para o G4, no período, 12 equipes: Grêmio e Flamengo (cinco vezes); São Paulo, Corinthians, Atlético-MG e Palmeiras (quatro); Internacional e Santos (três), Cruzeiro, Fluminense e Athletico-PR (duas); e Botafogo (uma).

O número de equipes do TN rebaixadas passou de quatro para cinco – Vasco (três vezes); Botafogo (duas); Internacional, Cruzeiro e Palmeiras (uma cada). Entre os clubes fora do TN foram 20 os que terminaram no Z4: Avaí (três); América-MG, Vitória, Goiás, Figueirense, Coritiba, Ponte Preta, Atlético-GO e Sport (duas); Craciúma, Joinville, Santa Cruz, Paraná, CSA, Chapecoense, Athletico-PR, Ceará, Portuguesa-SP<sup>10</sup>, Náutico e Bahia (uma).

Vê-se que, entre um período e outro, o número de campeões recuou de seis para cinco. Para além dessa redução, parece mais significativo que, nos últimos seis anos, apenas dois times de São Paulo – Corinthians e Palmeiras (duas cada) – e um do Rio – Flamengo (duas) venceram o Brasileiro. Ou seja, enquanto na década anterior, houve seis campeões diferentes em nove edições, no intervalo seguinte, em seis dos últimos anos, foram apenas três os vencedores, sinalizando concentração rara na historiografia do futebol brasileiro.

O número de classificados ao G4 caiu apenas de 13 para 12, sendo 11 do TN – a exceção foi o Vasco – contra nove no intervalo antecedente. A estabilidade no número de frequentadores da Libertadores sugere duas leituras complementares. À parte Flamengo e Corinthians, seis dos outros dez clubes do TN participaram de ao menos três vezes em nove anos do torneio – Grêmio (cinco) São Paulo, Palmeiras e Atlético-MG (quatro), Internacional e Santos (três). Isso pode indicar que, com a emblemática

---

<sup>10</sup> O rebaixamento da Portuguesa-SP, em 2013, ocorreu por fatores extracampo. Sob a alegação de que, quase ao fim do último jogo, contra o Grêmio, que terminou empatado em 0 x 0, a equipe paulista colocou em campo o meia Everton, que teria de cumprir suspensão de duas partidas, o Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD) puniu a Lusa com a perda de quatro pontos (três que estavam em disputa mais o ponto conquistado pelo empate). Com isso, a equipe caiu de 48 pontos, no 12º lugar, para 44 pontos, no 17º lugar, salvando o Fluminense, que, com 46 pontos, ocuparia essa posição, sendo rebaixado no campo. O STJD também retirou quatro pontos do Flamengo, por ter escalado o lateral esquerdo André Santos, que tinha de cumprir suspensão. Com isso, o clube carioca caiu de 49 pontos, na 11ª posição, para 45 pontos, na 16ª colocação.



---

exceção do Palmeiras<sup>11</sup>, os demais, sem condições de brigar efetivamente pelo título, têm de se contentar em buscar a vaga na Libertadores.

Simultaneamente, o número de quedas de alguns integrantes do TN deu salto importante: de uma vez para três (Vasco) e de zero para duas (Botafogo). E, pela primeira vez desde a instituição dos pontos corridos, em 2003, um integrante do grupo – o Cruzeiro, campeão do primeiro ano do segundo novênio – não logrou retornar à primeira divisão no ano seguinte<sup>12</sup>. Também de forma inédita, três dos TN – Cruzeiro, Botafogo e Vasco, ou 1/4 daquele universo – vão disputar a mesma série B. Fora dos TN, a presença no G4 caiu de dois para um, embora este – Athletico-PR – tenha se classificado duas vezes, sinalizando que o clube paranaense pode ter encontrado um modelo competitivo superior ao de outros mais tradicionais, mas insuficiente para disputar, e vencer, o Brasileiro.

### **Conclusão**

Não se advoga aqui que a crescente assimetria entre as cotas pagas pela Globo a Flamengo e Corinthians seja causa solteira da drástica redução do número de candidatos ao título do Brasileiro. No meio do caminho, e mesmo antes, outros fatores também contribuíram para mudanças dos níveis de competitividade dos clubes. Até, então, tais oscilações era mais acomodáticas, parte de um processo cíclico do nosso futebol, o que sempre dificultou que, aqui, se constituísse um claro *hegemon*, diferentemente de centros, como a Itália, onde a Juventus foi campeã nacional nove vezes seguidas (2012 a 2020). Nem se lograra que a hegemonia ficasse restrita a dois participantes, como na Espanha, em que Barcelona e Real Madrid venceram 17 dos 21 campeonatos entre 2000 e 2020. O que teria mudado *qualitativamente* para que tal hegemonia se insinue agora de forma mais permanente, com sua redução a dois ou três clubes, incluindo ainda o alijamento de integrantes dos TN da série A?

Existem situações específicas dos clubes, os quais, mais do que apenas agremiações esportivas, são “um traço identitário incrustado em nossa cultura, por isso, a escolha de um clube de adoração não é uma tarefa simples e isenta de significações” (MENEZES, 2017, p. 21). Tais significações refletem-se, ainda, em laços afetivos, financeiros e políticos, que, por sua vez, influem em diferentes estratégias dos clubes.

---

<sup>11</sup> Com uma injeção de € 24 milhões (cerca de R\$ 153 milhões) desde 2015 até 2021, o time paulista passou a deter um dos maiores patrocínios do mundo, atrás apenas dos espanhóis Barcelona e Real, do alemão Bayern de Munique, “do novo rico francês Paris Saint-Germain e do top 6 inglês: Liverpool, Manchester City, Manchester United, Arsenal, Chelsea e Tottenham” (GLOBO.ESPORTE.COM, 2019).

<sup>12</sup> Para as razões da crise financeira do Cruzeiro, ver PAES, 2019.

---

Justificado, oficialmente, como fruto da “paixão” da dona da Crefisa, Leila Pereira, pelo clube, o patrocínio do Palmeiras parece, dentro da realidade brasileira, ser um ponto fora da curva. Cobiçado por rivais, devido ao valor envolvido, o investimento do banco de investimentos, “um dos maiores do mundo”, não apenas garantiu que o clube se tornasse tão competitivo quanto Flamengo e Corinthians. Ele, também, serviu de lastro na renegociação do contrato com a Globo<sup>13</sup>, o que reduziu consideravelmente a distância para aquela dupla. A partir de novo acordo, firmado em 2019, para vigorar até 2021, o Palmeiras assegurou R\$ 100 milhões por ano – somadas TV aberta e *pay-per-view* – contra, nas mesmas plataformas, R\$ 120 milhões de Flamengo, e R\$ 110 milhões de Corinthians (VAQUER, 2019).

Fora da situação singular da equipe alviverde, erros administrativos e de gestão são apontados recorrentemente pelo jornalismo esportivo como causas determinantes do abismo entre os demais clubes e aqueles dois. Seriam tais questões suficientes para reconfigurarem a hegemonia no nosso futebol? E estariam ausentes das gestões ditas e/ou apresentadas como profissionais? Uma pista parece vir da publicização de salários de jogadores sem mercado no exterior.

O Flamengo, por exemplo, contratou, em julho de 2018, o atacante Vitinho, por € 10 milhões (cerca de R\$ 44 milhões, em valores da época), naquele momento, a contratação mais cara da história do clube e a segunda do futebol do país. Segundo informações da imprensa, o atacante, reserva e sem passagem marcante pelo futebol mundial, recebe salário de R\$ 1 milhão por mês. Não se trata de caso isolado nem no seu clube nem em outros, indicando que gestões vistas como modelos pelo jornalismo adotam decisões que seus gestores dificilmente tomariam em seus negócios particulares.

Sem subestimar a influência de gestões “atrasadas”, os números expostos sobre a assimetria das cotas parecem não nos autorizar a limitar às causas gerenciais, nem principalmente a elas, a reconfiguração da competitividade no futebol brasileiro em geral e, em particular, no seio dos TN. Como dito, até então, não se estabelecera, um claro *hegemon* por um longo período, nem se limitara a disputa nacional a dois ou três competidores. Toda dominação mostrara-se cíclica, não raro, com o protagonista sendo, em algum momento, vítima do próprio sucesso, pela cobiça despertada, principalmente no exterior, por seus melhores jogadores, e o desmonte do elenco vitorioso.

---

<sup>13</sup> Emblematicamente, até o fim de 2020, a Crefisa também era o patrocinador master do “Jornal Nacional”, principal produto jornalístico da televisão brasileira.

---

O fato de, agora, excluído o Palmeiras, o financiamento dessa hegemonia vir da detentora dos direitos de transmissão do Brasileiro embute um segundo, e subestimado, efeito. Ao eleger de quais times deseja transmitir as partidas, a Globo age como um *gatekeeper*, que, ao dar passagem privilegiada a dois clubes, bloqueia o acesso dos demais a patrocinadores ou, ao menos, reduz fortemente o valor de marcas com baixa exposição na principal plataforma midiática do país para o futebol. E nem sempre a diferença na audiência da transmissão reflete-se no total de partidas exibidas.<sup>14</sup>

Não se descarte, porém, que, em algum momento, a alargar-se o distanciamento entre integrantes dos TN e Flamengo e Corinthians, tal vontade desejosa da emissora transforme-se em profecia autorrealizável, e algumas equipes, devido a previsíveis, e consecutivos, insucessos, percam valor simbólico – e de audiência. Outra hipótese é se a redução no número de protagonistas pode refletir-se num refluxo de setores do público aficionados por futebol. Tal hipótese demanda mais dados empíricos para verificar-se ou não, mas não é de todo arbitraria. Decorre do fato de todo time ter uma história própria, fruto de um longo processo histórico e das condições da sua criação, dos seus ídolos e do conjunto de símbolos constituintes do modo torcedor (MENEZES, 2017).

Como aprendemos com Bourdieu (2003), em todo campo simbólico encontram-se relações de poder. Tal compreensão implica a existência de desigualdades e de lutas no interior de cada campo entre os que pretendem ascender e os dominantes, que visam a manter a ordem vigente e a sua hegemonia. No campo esportivo, dotado de lógica e simbologia próprias, no qual encontram-se os “produtos esportivos”, essa luta tem no jornalismo um dos seus principais protagonistas, que influencia fortemente a postura dos demais atores: clubes, jogadores e torcidas.

Embora também recorra a repertórios que integram o cardápio do jogo da jocosidade das torcidas, ocasião em quase dilui-se no entretenimento, o jornalismo é mais eficaz quando socorre-se daquela que é a sua principal pedra angular: a objetividade. Esta é constituída de uma série de práticas da deontologia, das quais fazem parte os critérios de noticiabilidade, ou seja, o que leva um acontecimento à condição de

---

<sup>14</sup> Pesquisa de 2017, divulgada pelo site Torcedores.com, expôs forte assimetria entre a audiência do Flamengo sobre Botafogo, Fluminense e Vasco quando comparada com o número de partidas exibidas e o valor da cota paga. A diferença da audiência média do Flamengo (32,82%) para o segundo colocado – Botafogo (26,10%) – ficou em apenas 25%. A Globo, porém, transmitiu quase 100% mais partidas do rubro-negro do que do segundo neste quesito – Fluminense (41 x 21) – e 100% mais sobre o terceiro em audiência – Botafogo (20). Já a diferença do valor da cota chegava a até 900%, a partir do novo modelo de contrato em vigor em 2019 (SOUTO, 2018).

---

uma ocorrência jornalística, portanto, sob mediação de profissionais. Mas a noticiabilidade ou não de uma ocorrência é fortemente informada pelo senso comum e pelo *statu quo*.

Daí que sua sintetização mais popular seja considerar notícia apenas quando “o homem morde o cachorro”, e nunca o inverso. Ou seja, apenas o extraordinário é notícia, em oposição à invisibilidade do ordinário. Tal formulação oculta que, o nível de noticiabilidade depende fortemente de quem é “o homem mordido pelo cachorro”, ou ainda o dono do cachorro, e, ainda, o status social do local em que se passou a cena. Dialeticamente, esse paradigma revela que o jornalismo tende a reforçar o já estabelecido e invisibiliza fatos e discursos fora do *status quo*, exceto quando ocorrem sob condições excepcionais.

Conforme a esse modelo, a Globo tende a justificar o privilégio a Flamengo e Corinthians pelo fato de os dois terem as duas maiores torcidas do país. Ao trabalhar com a visão de duopólio, a emissora desconsidera, ou rebaixa, as demais torcidas, cujo total supera, em muito, à da soma da dupla. Segundo o dados do *pay per view* da empresa, em 2019 – um dos melhores anos esportivos da história rubro-negra – o número de assinantes torcedores do time passou de 16% para 18%. O Corinthians teve 12,2%. Ou seja, 82%, ou pouco mais de quatro vezes, dos que declaram seus clubes não têm como primeira opção ver as partidas da equipe de maior torcida (MATTOS, 2020). Somadas as duas maiores, têm-se 30,2%, o que exclui cerca de dois terços do conjunto das torcidas.

A forte assimetria no valor das cotas combinada com o rebaixamento da presença de outros times dos TN e dos TL nas transmissões mobilizou figuras de fora do futebol. Autor do prefácio de “Cotas de televisão do Campeonato Brasileiro”, o então vice-governador de Pernambuco, Raul Henry, expressou sua “profunda indignação” e não encontrou qualquer justificativa para que, em um mesmo campeonato, “um clube recebesse R\$ 170 milhões e outro apenas R\$ 35 milhões. Isso comprometia a essência e o espírito das competições esportivas que é assegurar um mínimo de justiça nas condições da disputa” (LEITE JR., 2015, p. 9).

Haverá quem avente se estamos diante de uma hipótese aberta à revisão. Afinal, o Corinthians, envolto numa grave crise financeira, pode caminhar ou não na direção do Cruzeiro, sendo substituído pelo Palmeiras como o outro polo, mantendo, com um novo competidor, a lógica binária, assim como o time mineiro pode recuperar-se. Ou, ainda,

---

outros clubes buscarem alternativas de financiamento confortável, como o Internacional, com o sócio torcedor, cujo programa já chegou a ser o maior do Brasil. Ou talvez, em algum momento, a hipercomercialização traduza-se em clubes, TN ou não, controlados por empresas. Mas, mesmo que se reconheça tal caráter temporário, também devemos ter em conta que o valor de uma hipótese, precária ou institucionalizada, está em quanto se pode avançar com a sua ajuda.

Vimos, num intervalo inferior a uma década, algumas tendências insinuarem-se com força. E ainda que sujeitas à não linearidade característica do futebol, mantêm a mesma direção, principalmente, nas últimas seis edições, quando o título restringiu-se a dois clubes de São Paulo e a um do Rio de Janeiro. Identificamos também que, pela primeira vez, três dos TN disputam juntos a série B e, como a sete outros, sem aspirar ao título, restou a briga por uma vaga direta à Libertadores, ou às posições que dão direito à fase eliminatória da competição.

Considerado um dos elementos constitutivos da identidade nacional, o futebol, mais do que paixão, é uma manifestação cultural, uma noção de pertença que vai muito além de uma escolha individual. Representa adotar um determinado estilo de vida, uma vivência compartilhada por outros torcedores que dividem a paixão pelo mesmo objeto: “É uma vivência em comum, um amor partilhado.” (MENEZES, 2017, p.21).

Enquanto existe uma luta, legítima, por hegemonia entre os diversos atores que compartilham suas paixões por seus clubes, a partir do momento em que tal disputa é agendada pela ação de um agente externo, que, ora pela assimetria “sem qualquer justificativa” das cotas – inclusive pela ótica de audiência, como visto – ora pelo rebaixamento do valor de outras marcas, ao minimizar a presença nas transmissões de equipes com, também, fortes pertenças culturais, entra-se num terreno complicado. Nele, a exemplo do recorte escolhido pela visão comercial da Globo para seus realities shows, a mesma emissora arvora-se o direito de, num campo simbólico de forte riqueza e pluralidade, resumi-lo à mesma perspectiva de monopólio e/ou binária com que trata a política e a economia.

Expostos os dados comparativos, deixa-se uma provocação à reflexão dos que pensam o futebol como manifestação cultural e identitária para além do clubismo: seria o melhor caminho naturalizar a opção comercial de uma empresa ou haveria caminhos que permitissem uma maior pluralidade e democratização do nosso futebol, como parece ter sido a decisão dos que comandam e/ou militam no futebol inglês?

## REFERÊNCIAS

Bourdieu, Pierre. Questões de sociologia. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Fim de Século, 2003.

CHRISTOFOLETTI, Danilo Fontanetti. O fim do clube dos 13: como a Rede Globo controla o futebol brasileiro. 2015. 80 f. TCC (Graduação) – Curso de Jornalismo, PUC-Campinas, Campinas, 2015

LEITE JR, Emanuel. Cotas de televisão do Campeonato Brasileiro. Recife: Ed. do Autor, 2015.

MENEZES, Isabella Trindade. Entre a Fúria e a Loucura: análise de duas formas de torcer pelo Botafogo de Futebol e Regatas. Rio de Janeiro, Multifoco, 2017.

SANTOS, Anderson David Gomes dos. Os direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de futebol. Curitiba: Appris, 2019.

SOUTO, Sérgio Montero. E 1987 não acabou – penta ou hexa: diferentes memórias sobre a hegemonia no futebol brasileiro quando o ‘mercado’ entra em campo. Joinville: 41º Intercom, 2018

### Internet

BRAYAN, Rafael. Quanto a Rede Globo paga para os clubes do Brasil por direitos de TV. Torcedores.com, São Paulo: 26 abril 2020. Disponível em <<https://www.torcedores.com/noticias/2020/04/quanto-globo-paga-clube-direitos-tv>>. Acesso em 15 maio 2021

MALUCELLI, Daniel & RUDNICK, Fernando. Ranking mostra clubes que mais ganham dinheiro da Globo no Brasileirão 2020. Gazeta do Povo, Curitiba: 11 fevereiro 2021. Disponível em <<https://www.umdoisesportes.com.br/futebol/dinheiro-da-tv-ranking-mostra-clubes-mais-transmitidos-na-globo-no-brasileirao>>. Acesso em 15 maio 2021.

PAES, Frederico. Rebaixado e envidado, Cruzeiro vive pior crise da história às vésperas de completar 100 anos. GloboEsporte.com, Belo Horizonte: 12 dezembro 2019. Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/rebaixado-e-endividado-cruzeiro-vive-pior-crise-da-historia-as-vesperas-de-completar-100-anos.ghtml>>. Acesso em 6 maio 2021.

MATTOS, Rodrigo. Flamengo cresceu 114% com PPV em 6 anos e virou “teto” para contratos da Globo. UOL, São Paulo: 9 fevereiro 2020. Disponível em <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/colunas/rodrigo-mattos/2020/02/09/em-seis-anos-flamengo-cresceu-114-ganho-com-pay-per-view-do-brasileiro.htm>>. Acesso em 7 maio 2021.  
{S. I.} Palmeiras sobra no Brasil e atinge patamar europeu com patrocínio da Crefisa. GloboEsporte.com., São Paulo; 24 janeiro 2019. Disponível em <<https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/palmeiras-sobra-no-brasil-e-atinge-patamar-europeu-com-patrocinio-da-crefisa.ghtml>>. Acesso em 6 maio 2021.

---

SIMON, Allan. Como o dinheiro da TV foi distribuído entre os fundadores do C13 desde 2001. Blog do Allan Simon, São Paulo: 12 janeiro 2020. Disponível em <<https://allansimon.com.br/2020/01/12/brasileirao-como-o-dinheiro-da-tv-foi-distribuido-entre-os-fundadores-do-c13-desde-2001>>. Acesso em 20 maio 2021.

VAQUER, Gabriel. PAY-PER-VIEW – Após disputa, Palmeiras vai receber menos da Globodo que Corinthians e Flamengo. UOL, São Paulo: 22 maio 2019. Disponível em <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/apos-disputa-palmeiras-vai-receber-menos-da-globo-do-que-corinthians-e-flamengo-26919>>. Acesso em 7 maio 2021