

Políticas públicas para transmissão de esportes: análise de dispositivos legais sobre o desporto e a comunicação¹

Anderson David Gomes dos SANTOS²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

Este artigo discute os dispositivos legais que discorrem sobre o desporto e a comunicação, tendo como destaque a transmissão televisiva de futebol, por conta de sua relevância enquanto bem cultural para a sociedade brasileira. O objetivo é demonstrar através da legislação já existente os direitos dos torcedores/telespectadores e os deveres para os meios de comunicação e as entidades que organizam o esporte no Brasil. Como material de análise, opta-se pela Constituição Federal; o Código Brasileiro de Telecomunicações; a Lei do Audiovisual, por se tratar da mais recente forma de regulação, ainda que para a transmissão em TV paga; o Estatuto de Defesa do Torcedor; e a Lei do Esporte, ou Lei Pelé. Até como uma “alternativa” à situação brasileira, estabelece-se ao final um diálogo com a Ley de Medios da Argentina, que trata o futebol como evento de interesse nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Políticas de Comunicação; Economia Política da Comunicação; Futebol; Transmissão televisiva.

INTRODUÇÃO

Se os espetáculos conformados por futebol e televisão, separados, já possuem uma grande capacidade de recepção, a criação do programa futebol televisionado amplia o alcance do jogo e as possibilidades de participação midiática em sua organização. De forma que os recursos oriundos do *broadcasting* são fundamentais para a manutenção dos principais clubes e torneios do mundo, seja através dos direitos de imagem adquiridos ou pela possibilidade de melhores patrocínios diretos por conta da exposição oriunda da difusão televisiva.

Dentro de uma pesquisa mais ampla, que analisa as barreiras do mercado de televisão aberta sendo refletidas nos direitos de transmissão do Campeonato Brasileiro de Futebol, este artigo se propõe a iniciar uma discussão sobre os dispositivos legais que discorrem sobre o desporto e a comunicação, de maneira a realizar uma análise das possibilidades de entendimento de como se poderia garantir direitos aos torcedores/telespectadores e deveres para os veículos de comunicação e entidades que

¹ Trabalho apresentado no DT 6 GP Comunicação e Esporte do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), onde é bolsista da Coordenação de Apoio ao Pessoal de Nível Superior (CAPES), no âmbito do Projeto RH-TV D, e membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade – CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), e-mail: andderson.santos@gmail.com.

organizam os eventos esportivos no Brasil. Trata-se com maior relevância o futebol, tendo como perspectiva que é a prática esportiva mais acompanhado pelos brasileiros e, como se perceberá neste texto, as leis focarem mais neste esporte.

Como material de análise, opta-se pela Constituição da República Federativa do Brasil (1988); o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4117/1962); a Lei do Audiovisual (Lei nº 12.485/2011), por se tratar da mais recente forma de regulação, ainda que para a transmissão em TV paga; o Estatuto de Defesa do Torcedor (Lei nº 10.671/2003); e a Lei do Esporte, ou Lei Pelé (Lei nº 9.615/1998).

Por fim, também se estabelecerá aqui um diálogo com a Ley de Medios da Argentina (Lei nº 26.522/2009), por entender o programa futebol como de interesse nacional e que, por conta da “semelhança” do contexto histórico, político e do oligopólio midiático de TV aberta em relação ao Brasil, serve como referência da necessidade de um maior cuidado legal sobre o programa transmissão de futebol.

Os dispositivos constitucionais sobre desporto e comunicação

Apesar de Desporto e Comunicação Social fazerem parte do mesmo trecho da Constituição da República Federativa do Brasil, o Título VIII – Da Ordem Social, em poucos momentos há uma relação clara entre Comunicação e Desporto. Só há um artigo que trata da relação entre a reprodução de atividades desportivas e os direitos dela decorrentes. O Artigo 5º, que especifica a igualdade de todos os cidadãos perante a lei, tem o inciso XXVIII que afirma que, dentre outras coisas, é assegurada: “a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas” (BRASIL, 2011a, p. 9).

Esse artigo traz ainda como Direito Individual e Coletivo a possibilidade de criar associações, com legitimidade para representação judicial ou extrajudicial de indivíduos e, o principal, sem interferência estatal de qualquer tipo. Assim, o caráter paraestatal das entidades desportivas, caso da Confederação Brasileira de Futebol, é garantido constitucionalmente, inclusive a independência quanto a sua organização e funcionamento (BRASIL, 2011a, p. 7). Por mais que o poder público seja chamado a debater com essas entidades por conta da realização de grandes eventos esportivos, elas têm autonomia para tomar decisões e, em alguns casos, modificar decisões governamentais.³

³ Entidades internacionais, como a Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA), podem excluir os clubes e federações por dois anos caso ocorra interferência estatal.

O artigo 217 é o único que trata do Desporto – num Capítulo dedicado também à Educação e à Cultura –, com quatro incisos e três parágrafos que se referem às obrigações do Estado em fomentar práticas desportivas formais e não formais por se tratar de um direito de cada indivíduo, já que o incentivo ao lazer é garantia de promoção social. Dentre as observações realizadas, a maioria tange à autonomia das entidades e associações, em que até mesmo a Justiça só pode ser chamada para julgar determinado fato quando se esgotarem as instâncias desportivas (BRASIL, 2011a, p. 58).

No caso da Comunicação Social há todo um capítulo, o quinto, com cinco artigos que se referem ao assunto, porém, apenas um deles – o 224, que trata da criação do Conselho Nacional de Comunicação Social – foi regulamentado, mais de duas décadas após a promulgação da Carta Magna (BRASIL, 2011a, p. 58-59).

Para esta análise, destaca-se o Art. 220, cuja ideia base é bastante utilizada até mesmo pelas grandes corporações midiáticas para evitar possíveis regulações do setor de comunicação audiovisual de transmissão gratuita: “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição” (BRASIL, 2011a, p. 58).

Entretanto, o parágrafo primeiro traz observações sobre esta “liberdade”: “Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social” (BRASIL, 2011a, p. 58).

De fato, no que tange à transmissão televisiva de eventos esportivos, na maior parte do Ocidente, o direito de se transmitir é contratualmente restrito a poucas empresas, numa perspectiva de oligopsônio, ou seja, de que a possibilidade da compra seja restrita a grupos comunicacionais que têm prioridade para fechar contrato.

Os grandes eventos esportivos restringem a produção de informações, de forma que a emissora que adquiriu os direitos possui o privilégio de escolher se repassará ou não trechos do programa para suas concorrentes, independentemente de algo curioso que pudesse ser percebido por seus profissionais em outro momento de determinada disputa.

Se para os Jogos Olímpicos de Verão, a serem realizados no Brasil em 2016, o Comitê Olímpico Internacional cedeu os direitos de transmissão para as maiores emissoras de TV aberta do país; a FIFA exige que todas as informações a serem produzidas sobre os seus eventos – da Copa do Mundo de Futebol de Areia à Copa do Mundo FIFA –, em especial em rádios e TVs, esteja restrita a quem adquiriu os direitos. O que entra em contradição com o dispositivo constitucional brasileiro – também ainda não regulamentado.

Voltando à análise da Constituição, o parágrafo 5º diz que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio” (BRASIL, 2011a, p. 59), mas não trata nada sobre os conteúdos/programas adquiridos por eles – e nem o que pode ser considerado monopólio ou oligopólio, quais parâmetros de audiência e/ou de publicidade para isso.

No caso brasileiro, em que a Rede Globo chegou até a transmitir sozinha eventos do porte da Copa do Mundo FIFA (2002 e 2006), por mais absurdo que possa parecer, não há nada diretamente que vá de encontro – para além das interpretações possíveis, e aqui realizadas, que provam a necessidade da regulação desses parâmetros legais.

Partindo para a análise do Campeonato Brasileiro de Futebol, cujas entidades devem atender a leis brasileiras, poucas são as questões a se contrapor no que tange aos preceitos comunicacionais. As emissoras tratam diretamente com a associação de clubes (Clube dos 13) que, como já visto, tem liberdade e autonomia, desde que atenda aos interesses de seus representados. É claro que este comentário acaba por excluir a realidade de oligopólio midiático e de forte concentração a partir da líder Rede Globo e demais preceitos das relações econômicas – como a definição de formação de cartel estabelecida pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), em outubro de 2010.⁴

Ainda assim, cabe a ressalva vinda do parágrafo 3º, que trata da obrigação da lei federal em “regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao poder público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada” (BRASIL, 2011a, p. 59). São preceitos muito gerais e que, ainda assim, esbarram na necessidade de autonomia das associações no Brasil que controlam, de forma privada, importantes eventos esportivos, que deveriam ser entendidos como de importância nacional.

No que tange à questão de horário, em que os jogos da TV no meio de semana, que ocorrem a partir das 21h50 por conta da principal novela da emissora que os transmitem, quase nada há no Estatuto do Torcedor (Lei nº 10.671/2003). A lei criada no intuito de entender o torcedor como um consumidor é muito focada nas obrigações das entidades organizadoras – ainda assim, com pouca efetividade de bem-estar aos aficionados. O artigo 26 garante o “acesso a transporte seguro e organizado” e que todas as providências sobre o acesso, através de transporte público ou privado, sejam divulgadas com ampla antecedência

⁴ Para uma análise sobre a licitação das edições de 2012 a 2014 do Campeonato Brasileiro de Futebol, ver BRITTO, Valério Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Por uma EPC voltada ao futebol. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1, 2011, São Paulo. *Anais...* São Paulo, Confibercom, 2011.

(BRASIL, 2003, p. 109-110). A prática reflete os problemas do transporte público e da infraestrutura viária do país, quando se tem ônibus, metrô ou trem após as partidas.⁵

Se a lei específica opta por tratar o torcedor apenas como um consumidor do espetáculo esportivo nos estádios, esquece que também é torcedor aquele que fica em casa assistindo às competições via meios de comunicação,⁶ o regulamento jurídico que rege o setor de audiovisual no Brasil, do longínquo ano de 1962, tampouco trata desta relação.

O Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117/1962), que regula as transmissões gratuitas de sons e de sons e imagens no Brasil, trata no Artigo 38 de seu quinto capítulo, dentre alguns requisitos para exploração dos serviços de radiodifusão, a subordinação dos serviços de informação, *divertimento*, propaganda e publicidade às finalidades educativas e culturais que deveriam ser inerentes ao setor, com vistas aos “superiores interesses do País” (BRASIL, 1962), sem discriminar quais sejam eles.

É preciso destacar que o CBT completa 50 anos em 2012 em plena atividade. Quando foi criado, o líder do oligopólio midiático nacional era o grupo Diários e Emissoras Associados, numa época em que a televisão, que viria a ser a mídia de maior recepção do país, estava mais ligada a negócios familiares que tratada nos moldes administrativos. No futebol, o Brasil acabara de ganhar o bicampeonato da Copa do Mundo, no Chile, mas ainda apenas com a transmissão pelo rádio, numa época em que a aquisição de direitos de transmissão não estava em pauta, dependendo mais das condições de se enviar equipes de reportagem para os eventos e criar condições técnicas para transmiti-los nos países.

Mesmo assim, o Código foi aprovado sob forte pressão dos radiodifusores. O país vivia um período de instabilidade, com a renúncia de Jânio Quadros e as dificuldades para João Goulart assumir a presidência. Goulart chega a vetar 52 itens, mas todos os vetos foram derrubados no Congresso Nacional, sob acompanhamento da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), então presidida por Assis Chateaubriand, do Diários e Emissoras Associados (CAPARELLI, 1982, p. 176).

Bolão (2007, p. 17) aponta no CBT um modelo altamente concentrador e avesso às mudanças, definindo-o da seguinte forma:

⁵ As últimas alterações no Estatuto do Torcedor, realizadas através da Lei n. 12.229/2010, estão centradas na “repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas” (BRASIL, 2010).

⁶ Se levar em consideração o torcedor enquanto consumidor, ele o é em forma duplicada quando a partida é transmitida pela TV. O artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor afirma que pode ser considerado como consumidor “toda pessoa física ou jurídica que adquira ou utilize produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 2003, p. 123). Não se poderia contar com esse elemento jurídico para garantias de qualidade de conteúdo e para evitar prejuízos aos espectadores dos meios de comunicação, consumidores destes serviços?

Em suma, o modelo de regulação do audiovisual, gestado nos anos 60, é nacionalista e concentracionista. Ao mesmo tempo em que protege os capitais instalados da concorrência externa, limita a manifestações das expressões locais e o desenvolvimento de um panorama audiovisual diversificado, servindo basicamente aos interesses políticos e econômicos hegemônicos que se articulam no seu interior. Assim, a inexistência de regras antimonopolistas, como aquelas relativas à propriedade cruzada e concentração multimídia, evidencia menos um suposto liberalismo do modelo do que a existência de uma espécie de capitalismo selvagem por parte de grupos familiares e oligarquias locais e nacionais que detêm o privilégio da exploração privada desse bem público que é o espectro de frequências, protegidos por uma lei criada sob medida para servir aos seus interesses particulares.

Além disso, o CBT, apesar do nome, não abrange mais as telecomunicações. Este setor passou a apresentar leis próprias a partir de meados da década de 1990, marcada por uma maior oferta, oriunda de diferentes modelos técnicos e, conseqüentemente, de negócios. O audiovisual, marco de análise para esta pesquisa, passa a agregar diferentes tecnologias de transmissão que só podem ser consumidas caso se pague por elas, algo que receberá regulações específicas, inicialmente pela Lei do Cabo (1995) e pela Lei Geral das Telecomunicações (1997), que vieram a ser reunidas apenas em 2011 pela Lei do Audiovisual que, também apesar do nome, fica restrita à TV paga.⁷

A recém-sancionada Lei do Audiovisual (Lei nº 12.485/2011), que renova a regulamentação da transmissão a ser paga, faz a diferenciação, para atender às normas de produção nacional e de produção nacional independente, entre conteúdos entendidos como qualificados e não qualificados. Na segunda categoria, que não podem ser incluídos nas cotas que exigem qualificação de conteúdos produzidos, o Art. 2º do capítulo XII exclui, dentre outros programas: manifestações e eventos esportivos e conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador (BRASIL, 2011b).

Ainda assim, a Lei destaca no inciso XIII, ainda do Art. 2º, dentre os “Eventos de Interesse Nacional”:

acontecimentos públicos de natureza cultural, artística, esportiva, religiosa ou política que despertem significativo interesse da população brasileira, notadamente aqueles em que participem, de forma preponderante, brasileiros, equipes brasileiras ou seleções brasileiras [como é o caso de um mundial de futebol] (BRASIL, 2011b).

Esta diferenciação vem a se tornar importante devido ao Artigo 6º, em que:

⁷ Enquanto as leis sobre TV fechada foram rediscutidas menos de 20 anos depois, não há certeza que o mesmo vá ocorrer, em curto prazo, para a quinquagenária lei que rege TV e rádio, o que demonstra as diferentes forças envolvidas no mercado brasileiro de comunicação. Se as barreiras político-institucionais do oligopólio de transmissão gratuita continuam com muita força, na transmissão fechada as empresas de telecomunicações conseguiram avançar alguns passos – podendo distribuir conteúdo – frente à liderança das Organizações Globo também neste tipo de transmissão de audiovisual.

As prestadoras de serviços de telecomunicações de interesse coletivo, bem como suas controladas, controladoras ou coligadas, não poderão, com a finalidade de produzir conteúdo audiovisual para sua veiculação no serviço de acesso condicionado ou no serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens:

I - adquirir ou financiar a aquisição de direitos de exploração de imagens de eventos de interesse nacional; e

II - contratar talentos artísticos nacionais de qualquer natureza, inclusive direitos sobre obras de autores nacionais (BRASIL, 2011b).

A lei que abre o mercado da TV fechada para a distribuição de canais pelas empresas de telecomunicações veda claramente a produção de conteúdos por estas, dentre os quais está a transmissão de eventos esportivos. Dada a diferença de capital das empresas brasileiras de audiovisual para as transnacionais de telecomunicações, a permissão criaria uma grande diferenciação nas possibilidades de aquisição do direito de se transmitir – o que não impede conglomerados transnacionais, que atuam nos mais diferentes tipos de propriedade, adquiri-lo com seu canais, como é o caso do Fox Sports (News Corporation), que transmite com exclusividade a Copa Santander Libertadores.

A exemplo do que ocorre no CBT, a Lei do Audiovisual carrega em si vícios das (poucas) propostas de regulamentação do setor de comunicação no Brasil, como a falta de critérios nos conceitos de concentração, monopólio e oligopólio, numa aparente confusão entre a liberdade de mercado e a necessária regulamentação do setor. É o caso do inciso VI do Artigo 3º, que determina, dentre os princípios das atividades da comunicação audiovisual de acesso condicionado: “liberdade de iniciativa, mínima intervenção da administração pública e defesa da concorrência por meio da livre, justa e ampla competição e da vedação ao monopólio e oligopólio nas atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado” (BRASIL, 2011b).

A legislação brasileira para a Comunicação Social é liberal desde o berço, bem antes até da aplicação de políticas neoliberais, que se dão a partir da década de 1970. Além disso, como a discussão sobre direitos de transmissão de eventos esportivos veio mais à tona por conta da recente disputa no oligopólio midiático nacional – e talvez refletindo o “preconceito” das Ciências Sociais e Humanas com o esporte enquanto objeto empírico –, a liberdade de atuação sobre este produto é ainda maior, para além das necessárias regulações.

A Lei do Esporte e as definições sobre as transmissões

Das legislações em vigor que tratam, de alguma forma, da relação entre mídia e esporte, a Lei do Esporte (Lei nº 9.615/98), também conhecida como Lei Pelé – porque

Edson Arantes do Nascimento era ministro do Esporte e do Turismo nesse período do governo de Fernando Henrique Cardoso –, é a que mais trata sobre a cessão dos direitos de transmissão de imagem e som.

O presidente Fernando Henrique Cardoso promulgou a Lei do Esporte no dia 24 de março de 1998, instituindo as normas gerais sobre o desporto, ainda que muito centrado no futebol como elemento profissionalmente mais reconhecido. Ao contrário do capítulo da Comunicação Social, na Constituição Federal, esta lei foi regulamentada de forma rápida, no dia 29 de abril de 1998, pelo Decreto nº 3.944.

A Lei do Esporte reafirma no Artigo 2º que o desporto tem como base princípios tais como a soberania, destacando a supremacia nacional na organização da prática desportiva – por mais que entidades paraestatais como a FIFA e o Comitê Olímpico Internacional possam ter um peso significativo, na prática –, e a garantia de democracia nas condições de acesso às atividades desportivas (BRASIL, 2003, p. 4). O que não deixa claro sobre as condições de acesso das pessoas enquanto espectadores.

Ainda assim, a Lei nº 9.615/98 aponta no Capítulo V – Da prática desportiva profissional algumas prerrogativas sobre “a transmissão ou retransmissão de imagens de espetáculo ou eventos esportivos” (BRASIL, 2003, p. 30). Antes de partir para a análise dos artigos e parágrafos relativos a este assunto, frisa-se que no texto da lei já consta o termo “espetáculo” como possibilidade de acontecimento de um evento esportivo. Isso reflete a presença midiática no campo social esportivo e, ainda mais, as novas maneiras que o jogo toma forma para se tornar mais lucrativo para os seus organizadores.

O Artigo 42 garante às entidades de prática desportiva “o direito de negociar, autorizar e proibir a fixação, a transmissão ou retransmissão de imagens de espetáculo ou eventos esportivos que participem”, ou seja, clubes, federações e confederação nacional têm a liberdade, por lei, de optar pela melhor maneira de como ocorrerá essa difusão.

Além disso, no que tange às relações de trabalho, o parágrafo 1º deste artigo impõe que o mínimo a ser atribuído aos atletas profissionais participantes dos eventos com transmissão de imagens seja de vinte por cento do preço total da autorização, “oficializando” o que se chama de “direitos de imagem”, geralmente a maior parte no salário dos jogadores, o que diminui as contribuições sociais à própria União.

Já o segundo parágrafo deste artigo adverte que o disposto no mesmo “não se aplica a flagrantes de espetáculo ou evento desportivo para fins, exclusivamente, jornalísticos ou

educativos, cuja duração, no conjunto, não exceda três por cento do total do tempo previsto do espetáculo” (BRASIL, 2003, p. 30).

O Decreto nº 2.574/98 criou um novo parágrafo (no artigo que passou a ser o 49), em que há a especificação de que o tempo para o cálculo deva ser o constante da regra de prática internacional da modalidade, não podendo acrescer possíveis prorrogações ou demais formas de dilatação do jogo (BRASIL, 2003, p. 66). Ou seja, por lei, no Brasil, as emissoras de televisão podem retransmitir pouco menos de três minutos das imagens de quaisquer jogos, independente de ter comprado os direitos de transmissão dos mesmos.

Outra questão que se pode colocar é que para determinados esportes não há a definição de tempo para acabarem. O vôlei e o tênis, por exemplo, são disputados até que um dos adversários alcance determinado número de sets – três para o vôlei e dois ou três para o tênis, dependendo do nível do torneio. Assim, seria praticamente impossível calcular um tempo médio para possível reprodução de acordo com o que está na lei e no decreto que a regulamentou.

A Lei do Esporte foi modificada em outros momentos. O primeiro foi através da Lei nº 9.981, sancionada em 14 de julho de 2000. Dentre as alterações, ainda em governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, foi acrescentado o Artigo 84 A. Ele é importante para este artigo porque traz obrigação de transmissão ao vivo pela televisão aberta dos jogos das seleções brasileiras de futebol, desde que em competições oficiais, até mesmo para as cidades brasileiras em que os jogos sejam realizados (BRASIL, 2003, p. 40) – o que deixa a discussão se futebol feminino e mundiais das categorias de base entrariam nesta definição, por se tratarem de disputas consideradas “amadoras” no país.

O parágrafo único deste artigo aponta que o órgão competente deverá fazer o arbitramento sobre quem irá transmitir os jogos da seleção brasileira, seja por rodízio ou de forma arbitrária, caso nenhuma TV se interesse pela transmissão (BRASIL, 2003, p. 43). Por mais que seja impensável algo assim com o que deveria ser o maior símbolo do jogo de futebol, a Seleção de um país, basta lembrar que a primeira partida pós Copa do Mundo de 2010, realizada no dia 10 de agosto daquele ano entre Estados Unidos e Brasil, não teve transmissão em TV aberta porque começaria às 21h, mesmo horário da principal telenovela da Rede Globo. Apenas o site Globoesporte.com transmitiu de forma gratuita.

No final do governo FHC, o ministro do Esporte e do Turismo, Caio Luiz de Carvalho, encaminhou a Medida Provisória nº 79, de 27 de novembro de 2002, para o presidente da República. Na exposição dos motivos para a efetivação, Carvalho aponta o

esporte profissional para além do patrimônio cultural de interesse geral, configurando-se uma atividade econômica, já que “a atividade envolve contratos milionários e tem, como principal objetivo, a obtenção de lucro”, sem qualquer possibilidade de se negar a natureza econômica da gestão e da exploração do esporte profissional (BRASIL, 2003, p. 178).

Exposição que poderia deixar chateados milhões de aficionados do futebol em particular, principal alvo da MP 79, mas cujo argumento seria fundamental para entender os torcedores como consumidores e, com isso, com todos os direitos que reservam o Estatuto de Defesa do Consumidor e que seriam reafirmados no Estatuto de Defesa do Torcedor, que viria a ser sancionado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2003.

A MP 79 foi sancionada em 15 de maio de 2003, no mesmo dia do Estatuto de Defesa do Torcedor, passando a ser a Lei nº 10.672/2003, que na época ficou conhecida como Lei do Futebol, apesar de seus dispositivos alterarem a Lei do Esporte (9.615/98) e darem outras providências.

Uma dessas “correções” foi no que tange à publicidade dos clubes, de forma que resolveu um problema que apareceu no final da década de 1990 e nos primeiros anos do século XXI para a Rede Globo. Neste sentido, o grande baque sofrido pela emissora da família Marinho foi o patrocínio pontual do SBT para o Vasco na final da Copa João Havelange, Brasileirão de 2000 – cujo segundo jogo da final foi em janeiro de 2001.

Irritado com as acusações da Globo contra a organização da partida final no Estádio São Januário – que, superlotado, teve pessoas invadindo o gramado com a queda de alambrados, o que cancelou a partida –, o então presidente do Vasco, Eurico Miranda, resolveu contra-atacar da seguinte forma: acertou patrocínio para o jogo, a ser realizado no Maracanã, com o SBT, então maior adversário da Globo na disputa pela audiência. A emissora de Silvio Santos passou duas horas tendo sua marca mostrada para todo o Brasil com a audiência da líder numa final de Campeonato Brasileiro!

Mas coisas assim se tornariam impossíveis de ocorrer de novo. Com a assinatura do presidente Luiz Inácio Lula da Silva do conjunto de alterações na Lei do Esporte, o parágrafo 5º do Artigo 27 passou a impedir as concessionárias de rádio e televisão de difusão aberta, bem como de televisão por assinatura, de patrocinar ou veicular sua própria marca, bem como a de seus canais e dos títulos de seus programas, nos uniformes de competições das entidades desportivas. A violação deste parágrafo implicará na “eliminação da entidade de prática desportiva que lhe deu causa da competição ou do

torneio em que aquela se verificou, sem prejuízo das penalidades que venham a ser aplicadas pela Justiça Desportiva” (BRASIL, 2003, p. 22).

Uma mudança feita na medida certa para não causar novos problemas desse tipo à emissora líder, que não precisa se preocupar em ter MTV (empresa em UHF e em TV fechada do Grupo Abril que patrocinou o Fluminense na Série C de 1997), SBT, Record, ESPN Brasil ou Fox Sports apoiando clubes nacionais.

Além disso, não se proibiu colocar marcas de suas empresas/produtos na beira de campos e quadras. No caso dos torneios mais importantes, como as Organizações Globo compram os direitos de transmissão para todas as mídias e também a garantia das placas em campo, é um perigo que passa ao largo, em que é a sua “parceira”, atualmente a Band, que tende a mostrar logomarcas globais em placas distribuídas nas quadras e/ou nos campos.

A regulamentação argentina e o desporto como evento de relevância

Uma imagem especular da realidade local parece vir da vizinha Argentina, que aprovou em outubro de 2009 a Ley de Medios (Lei n. 26.522), que regula os Serviços de Comunicação Audiovisual (aberto ou fechado) no país. O intuito deste tópico não é analisar as benesses gerais apresentadas nesta regulação, nem tampouco as falhas – caso de não se considerar o processo de convergência midiática ou os problemas judiciais e práticos para a garantia de uma melhor divisão do espectro eletromagnético. A ideia é verificar como o desporto recebe um tratamento totalmente diferenciado.

A escolha pela Argentina se dá também pela semelhança no contexto político-econômico em relação ao Brasil, ambos os países em desenvolvimento na América do Sul e com uma população fascinada pelo futebol. No campo comunicacional, há a liderança de um forte grupo, as Organizações Globo por aqui e o Grupo Clarín por lá, com uma ditadura militar, a partir de 1964 no Brasil e de 1976 em território argentino, responsável pela construção de infraestrutura necessária para a radiodifusão e para as telecomunicações.

No que tange à legislação comunicacional, há muita coisa em comum, ao menos até 2009, como afirmam Ramos; Lima (1984, p. 3):

Importa-se dos Estados Unidos o modelo de economia de mercado para as instituições de radiodifusão, entregando a particulares sua exploração comercial com fins lucrativos mas, em contrapartida, “esquecemos” de importar as responsabilidades sociais inerentes à exploração de um serviço público e o seu corolário, ou seja, o direito do público de contestar a concessão quando lesado no seu direito de ser informado.

A aprovação da Ley dos Medios se situa no marco do conflito entre o governo de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) frente ao Grupo Clarín, que teve seu início em

2008. Um dos pontos de conflito foi justamente o futebol, com a rescisão do contrato de exclusividade do Campeonato Argentino da Associação de Futebol Argentino (AFA) com a produtora Torneos y Competencias (TyC), cujo Clarín é um dos sócios, no primeiro semestre de 2009, e que durava desde 1985 com prazo final para 2014. Havia forte restrição no acesso, já que a transmissão era apenas em TV fechada, que foi substituído pelo programa *Fútbol para todos*.⁸

A Ley de Medios foi sancionada um pouco depois do desfecho deste caso e reflete duas preocupações dada a experiência vivenciada até então com a exibição de eventos esportivos: o direito de acesso e a forma que a publicidade aparece.

No primeiro caso, dentre os artigos do Capítulo VII, que trata do Direito ao acesso aos conteúdos de interesse relevante, o Art. 77 garante o acesso universal, através dos serviços de comunicação audiovisual, dentre outros, “aos acontecimentos desportivos, de encontros futebolísticos ou outro gênero ou especialidade” (ARGENTINA, 2009, p. 51, tradução nossa). A definição dos eventos desportivos na lei é para evitar que se tenha que pagar para ver a transmissão de jogos de futebol, forma de entretenimento de bastante relevância.

O artigo seguinte trata das condições para se considerar um acontecimento como de interesse geral: que tenha sido transmitido tradicionalmente em TV aberta; que desperte atenção relevante ao público; e, por fim, que se trate de um acontecimento de importância nacional ou internacional, desde que com participação de representantes argentinos em quantidade e qualidade relevantes (ARGENTINA, 2009, p. 51).

Já o Art. 80 trata da cessão e do acesso à transmissão. O exercício de direitos exclusivos de emissão deve ser justo, razoável e não discriminatório, de forma que o direito ao acesso universal gratuito seja garantido e que não se afete a estabilidade financeira e a independência dos clubes – um dos motivos que fez o presidente da AFA, Julio Grondona, desde 1979 à frente da associação, pedir à presidenta Cristina Fernández a aquisição dos direitos de transmissão do Campeonato Argentino. Além disso, a este dispositivo legal deixa claro que a emissão ou retransmissão de eventos desportivos pelo rádio não pode ser de caráter exclusivo (ARGENTINA, 2009, p. 52).

⁸ Para uma análise do histórico das transmissões do Campeonato Argentino de Futebol, ver YEBARA, Ezequiel José. Goles y televisión, un recorrido por las transmisiones de uno de los pilares culturales argentinos. In: **1er. ENCUENTRO DE EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN UNISINOS – UNQ**: Perspectivas actuales de la Economía Política de la Comunicación. Buenos Aires: 2012.

A lei argentina traz comentários que explicam o porquê de tomar tais predisposições e, em alguns casos, quais as referências documentais que justificam tal aplicação. Como nota aos artigos 78, 79 e 80 está o seguinte comentário:

É importante assinalar a relevância que tem para a população estes tipos de acontecimentos, em particular os de natureza desportiva. É função do Estado articular os mecanismos para que este direito ao acesso não implique em seu exercício uma afetação do desenvolvimento do evento ou melhor uma afetação patrimonial das entidades que devem facilitar os meios para permitir estas emissões ou retransmissões. Pelo qual, neste Capítulo, não só se dá prevalência ao direito à informação por sobre qualquer direito exclusivo que possa ser alegado, senão que também se estabelecem garantias de gratuidade para determinados tipos de transmissões (ARGENTINA, 2009, p. 52).

Já o segundo ponto de preocupação dos argentinos é sobre a publicidade. O Art. 81 do Decreto 1.225/2010, que regulamenta a Ley de Medios, trata deste tipo de emissão de forma geral, sendo o inciso I específico quanto aos casos de transmissão de eventos desportivos. A emissão de publicidade no desenvolvimento do jogo só se dará quando este se encontre momentaneamente parado e sem que afete a visibilidade da cena, com a proibição de inserções que façam promoção de outros programas da emissora (ARGENTINA, 2010, p. 40).

Atualmente, a TV Pública (antigo Canal 7) transmite as duas primeiras divisões do Campeonato Argentino de Futebol, veiculando publicidade estatal durante a exibição. Também transmite os campeonatos “adquiridos” pela TV estatal argentina quem tiver interesse em comprá-lo, desde 2010, através de valores que levam em consideração a audiência da emissora nos últimos 12 meses.

Um monopólio do direito de se transmitir o futebol na Argentina, mesmo que sob mãos estatais, seria uma contradição perante a justificativa para que, tanto no rádio quanto na televisão, não exista esse tipo de barreira no mercado:

A existência de direitos exclusivos acordados entre particulares pode levar não apenas à exclusão de parte da população ao pleno exercício do direito de acesso senão, também, uma potencial restrição do mercado enquanto impedem a concorrência de outros atores, e por fim, restringem injustificavelmente as vias de emissão e retransmissão deste tipo de evento (ARGENTINA, 2009, p. 51).

O torneio Clausura 2012, Campeonato Argentino do primeiro semestre, também está sendo transmitido pelo Canal 5, que cobre com uma tarja a marca *Fútbol para todos*, mas que serve na prática para romper qualquer dúvida sobre um possível monopólio referente a este programa televisivo.

Conclusões

A análise realizada neste artigo deixa evidenciada uma dupla preocupação. A primeira é a falta de dispositivos legais que possam ser aplicados no que tange à Comunicação Social. Nunca é demais falar que artigos como o que proíbe que os meios de comunicação sejam objeto de monopólio ou oligopólio, há mais de vinte anos esperam por regulação. Também precisa-se lembrar que o Código Brasileiro de Telecomunicações completa 50 anos em 2012 e ainda “regula” o setor de radiodifusão de transmissão gratuita no país. O segundo problema é a falta de uma definição legal maior sobre a questão dos direitos de transmissão esportivos.

Como se pôde perceber, Brasil e Argentina, que tratam de forma bem apaixonada – ainda que cada qual à sua maneira – o futebol, têm um entendimento totalmente diverso, tendo como comparação as suas legislações referentes à comunicação, sobre como o desporto tem que ter sua emissão ou retransmissão através dos meios de comunicação.

Se no caso brasileiro os artigos constitucionais sobre o setor, desde que regulados, poderiam melhorar em muito a situação, garantindo certa pluralidade de vozes; um elemento de tamanha importância como o futebol, sendo transmitido em TV aberta, não tem nenhuma definição mais clara sobre.

Ainda que a Lei do Esporte trate com mais afinco as transmissões de eventos esportivos, percebe-se com as recentes alterações neste dispositivo legal que não está dentre os seus interesses a modificação das relações de poder que garantem, por exemplo, que a Rede Globo transmita em cadeia, na maioria das vezes, as partidas dos times do eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

A preocupação do governo argentino sobre o assunto, mesmo que causada por divergências entre o Executivo e o maior grupo comunicacional de lá, e o recente caso brasileiro referente à disputa dos direitos de transmissão do campeonato nacional de futebol, com participação do órgão regulador da economia no país (CADE), mostram a necessidade de se criar determinações sobre um bem simbólico importantíssimo para a população.

REFERÊNCIAS

ARGENTINA, **Decreto n. 1.225**, de 31 de agosto de 2010. Institui a Lei n. 26.522/09; regulam-se os Serviços de Comunicação Audiovisual em todo o âmbito territorial da República Argentina.

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: 13 dez. 2011.

ARGENTINA, **Lei n. 26.522**, de 10 de outubro de 2009. Regulam-se os Serviços de Comunicação Audiovisual em todo o âmbito territorial da República Argentina. Disponível em: <<http://www.comfer.gov.ar/web/ley26522.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2011.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus. 2007.

BRASIL. **Leis do Esporte e Estatuto do Torcedor Anotados**. Barueri: Manole, 2003.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 34. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2011a.

BRASIL, **Lei n. 4.117**, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Disponível em: <<http://www.sertpr.org.br/upload/Codigo%20Brasileiro%20de%20Telecom.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2011.

BRASIL, **Lei n. 12.229**, de 27 de julho de 2010. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei no 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12299.htm>. Acesso em: 21 maio 2012.

BRASIL, **Lei n. 12.485**, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; altera a Medida Provisória n 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis n 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e 9.472, de 16 de julho de 1997; e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: 13 dez. 2011b.

BRITTO, Valério Cruz; SANTOS, Anderson David Gomes dos. Por uma EPC voltada ao futebol. In: CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1, 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo, Confibercom, 2011.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

RAMOS, Murilo César; LIMA, Venício Artur de. Do direito de ser informado. **Folha de S. Paulo**, v. A, p. 3, 16 fev. 1984.

YEBARA, Ezequiel José. Goles y televisión, un recorrido por las transmisiones de uno de los pilares culturales argentinos. In: **1er. ENCUENTRO DE EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN: Perspectivas actuales de la Economía Política de la Comunicación**. Buenos Aires: UNQ, 2012.