

FUTEBOL NO STREAMING: UMA ANÁLISE DA TECNOLOGIA NO BRASIL¹

OKAWA, William Keiji²
CAMARGO, Ralph Willians³

RESUMO: A seguinte pesquisa refere-se a uma pesquisa bibliográfica, visto que no decorrer do projeto foi realizado leituras de artigos científicos e conteúdos publicados na internet, que tem como conteúdo o futebol e o *streaming*. Para isso será tomado como estudo a plataforma DAZN, sua chegada no país e as consequências da MP984 criada pelo Governo Governo Bolsonaro que alterou provisoriamente a Lei Pelé e deu autonomia aos clubes mandantes de negociar os direitos transmissão e a sua extinção.

PALAVRAS-CHAVE: Streaming, Futebol, DAZN, MP 984.

1 INTRODUÇÃO

Neste artigo é explorado as evoluções da comunicação, jornalismo esportivo e da tecnologia, em específico nesta pesquisa, a transmissão via *streaming* no futebol e a Medida Provisória 984, que alterou provisoriamente a Lei Pelé e dá autonomia aos clubes mandantes de negociar os direitos de arena (a transmissão, a retransmissão, a captação, a emissão e a reprodução das imagens), com o intuito de trazer o *streaming* para um contexto brasileiro, desenvolvendo um breve histórico entre a televisão até chegar na atualidade. Este projeto de pesquisa tem por foco, portanto, representar a análise feita sobre todas as características de uma transmissão de futebol e o impacto que a Medida Provisória 984 pode causar no cenário brasileiro. Outro ponto, é buscar saber como o serviço de *streaming*, emergente das novas tecnologias, está impactando o jornalismo esportivo dentro do cenário nacional ou até mesmo regional, como por exemplo: a cobertura do Campeonato Paranaense de 2020 pela DAZN Brasil.

Pequenos eventos passados, gerados por conflitos entre uma entidade esportiva (clube de futebol) e uma emissora televisiva, acarretaram em uma ascensão ou expansão meteórica do *streaming* esportivo no Brasil nestes últimos anos, ao olhar neste pequeno período de tempo, entre o acontecimento que

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário FAG, no ano de 2020.

² Acadêmico do 8º período do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário FAG. E-mail: williamkeiji@gmail.com

³ Professor orientador. E-mail: comunicacao@fag.edu.br

envolveu o Athletico Paranaense e Coritiba (em 2017) e o período atual, há percepção que os olhos para o *streaming*, por parte dos brasileiros, ligeiramente cresceram. Passaram a conhecer melhor e começaram a utilizar mais deste meio, tanto como um telespectador ou como a própria entidade esportiva como meio de transmitir seus jogos, podendo fugir um pouco da televisão e de acordos não muitos benefícios para os próprios clubes de futebol.

Um acordo de direitos de transmissão, normalmente vem como uma proposta fechada, englobando todos os participantes de determinada competição, às vezes tais valores são desiguais ou até não acaba agradando determinados clubes de futebol. A possibilidade de um meio de fuga é o *streaming* próprio do clube, pois o próprio clube poderá transmitir seus jogos do jeito que quiser, com suas regras e determinações, com negociação de patrocínio da maneira que desejar, ou seja, talvez podendo ter uma margem de lucro maior ou inferior do que teria com a televisão, mas até então fazer isso era praticamente impossível de se praticar, pois violava regras e leis que asseguravam os direitos para a detentora da licitação de direitos de arena, mas devido ao momento atual ocasionado pelo Novo Coronavírus (Sars-Cov-2), tudo isso se modificou por tempo indeterminado, devido a Medida Provisória 984, que abrirá caminho aos clubes, para fazer uso de direito de arena da maneira que bem desejar, ou seja, montar todo um esquema de transmissão própria via *streaming*. Mas esse “tempo indeterminado” será até a medida provisória ser aprovada e seguir adiante no projeto de lei ou na negação da mesma.

Com a ascensão do *streaming*, não demorou muito para diversas emissoras começarem a investir neste meio também e empresas estrangeiras começaram a dar a sua investida em nosso mercado, com a popularização, surgiu serviços como a DAZN, que está em crise por conta da pandemia.

Partindo deste contexto, onde as transmissões próprias e o *streaming* esportivo aqui no Brasil está cada vez mais popular, quebrando recordes de audiência e tendo um amplo campo de desenvolvimento para o futuro, podendo talvez algum dia assumir as rédeas das transmissões esportivas, almeja-se entender como o público brasileiro recebeu o *streaming* e como irá ser daqui para frente, se o público está pronto para assumir este “novo” como a principal fonte de consumo esportivo.

2 O STREAMING

O *streaming* é um *software*⁴, que permite ao cliente visualizar os arquivos em áudio e vídeo sem que estes tenham sido completamente descarregados do servidor para o seu dispositivo (ADÃO, 2006). O usuário vai assistindo o conteúdo disponível na plataforma de acordo com a chegada dos dados do arquivo, ou seja, de forma instantânea, tendo em mente a espera inicial, devido a uma sincronização e da criação de um *buffer* (memória temporária), lembrando também da necessidade da conectividade com a internet. Diferentemente do procedimento do já conhecido *download*, no qual a atribuição de transferência do arquivo de um servidor para o HD do seu computador, é de algum outro indivíduo ou empresa que detém o arquivo original, sendo assim, um contribuinte na geração de novos arquivos de cópias deste determinado arquivo, e no *streaming* não há criação de cópias de arquivos no computador do utilizador, já a sua forma de distribuição favorece a segurança e proteção da propriedade intelectual, assim tirando ocasiões de plágio e pirataria de conteúdo (ADÃO, 2006).

Nos anos 90, o *streaming* online foi popularizado pela empresa *Progressive Networks*, hoje conhecida como *RealNetworks*, a criadora do software *RealAudio*, no qual uma das funções era de áudio para *streaming* (assim como uma rádio), a sua transmissão em modo mono se utilizava de arquivos compactados, sendo mais leves, mas perdiam qualidade e chegavam ao ouvinte, com um áudio bem inferior à de uma rádio FM e AM. O motivo era óbvio, arquivos leves eram compactados para que não esgotasse o limite de transferência de banda de internet.

Em seguida, teve um dos marcos históricos do baseball americano com a primeira partida sendo transmitida ao vivo via internet, a ocasião envolvia os times *Seattle Mariners* e *New York Yankees*, em 1995, entre outros acontecimentos que ajudaram no surgimento do serviço de *streaming* de áudio/vídeo que está se popularizando nos dias atuais. Uma das empresas responsáveis pela parte em vídeo em tempo real foi a *Apple*, com o *QuickTime* e a *Microsoft* com o *Windows Media Player*, mas era exigido que diversos *softwares* fossem descarregados e instalados

⁴ Software é um termo técnico que foi traduzido para a língua portuguesa como logiciário ou suporte lógico, é uma sequência de instruções a serem seguidas e/ou executadas, na manipulação, redirecionamento ou modificação de um dado (informação) ou acontecimento.

em seus computadores, para poder acompanhar uma simples transmissão ao vivo ou semelhantes, mas a questão da compactação de arquivos ainda era problema.

Na atualidade, há diversos serviços (como por exemplo Netflix, Spotify, HBO Go, Telecine Play, El Plus, DAZN) que conseguiram evoluir e se manter no posto de “popular” e, aparentemente, irá manter-se por muito mais anos. Netflix com predominância no ramo de entretenimento em vídeo e Spotify, no ramo de entretenimento musical. Mas qual seria o motivo de tanto sucesso e predominância? De acordo com o portal Meio&Mensagem (2019), a combinação extraordinária da qualidade do produto com uma tecnologia revolucionária, que motivou dos seus consumidores à utilizarem sempre o seu conteúdo com uma excelente experiência dentro de sua plataforma, sem contar com a base de dados da empresa, que permite o serviço identificar as preferências de seus consumidores.

3 O STREAMING NO FUTEBOL BRASILEIRO

O *streaming* no futebol brasileiro que, no olhar da imprensa, iniciou em uma partida entre Athletico Paranaense e Coritiba, na final do Campeonato Paranaense de 2017. Final esta que foi realizada em duas partidas, ida e volta, nos dias 30 de abril e 7 de maio de 2017, respectivamente. Toda a imprensa brasileira naquela ocasião dava o evento como histórico e foi tratada como o “futuro” das transmissões de futebol, mas “considerar as transmissões via *streaming* como “futuro” talvez seja um equívoco.” (GASPARETTO, BARAJAS, 2018, p. 2).

Este tipo de transmissão já existia antes desta partida de futebol, mas no Brasil era a primeira a ser realizada exclusivamente via internet através do *streaming*. De acordo com Thadeu Gasparetto e Angel Barajas (2018), talvez este evento esportivo tenha sido a primeira partida oficial a ser disputada por dois tradicionais clubes brasileiros e, transmitido exclusivamente via *streaming* em território brasileiro. Tendo isto em consideração, conclui-se que não necessariamente é o “futuro”, mas sim podendo ser um marco no futebol brasileiro.

Os dois clubes paranaenses só chegaram a este marco histórico por causa de negociações frustradas com a Rede Globo e a sua afiliada RPC TV, na qual era a detentora dos direitos televisivos do Campeonato Paranaense na ocasião, e rumores indicavam que a Rede Globo teria reduzido de R\$2,2 milhões para R\$1,5 milhões de 2016 para 2017. Por este motivo, houve uma frustração por parte dos dirigentes de

ambos os clubes, que partiram para as transmissões próprias de forma gratuita em suas contas oficiais no Facebook e Youtube, onde não se sabe exatamente qual foi o lucro obtido de forma monetária, mas não podendo negar a visibilidade e repercussão que ambos obtiveram com as transmissões, assim “as transmissões gratuitas por *streaming* poderiam expandir o interesse internacional pelo futebol local” (GASPARETTO, BARAJAS, 2018, p. 4) conclui.

Desde o seu acontecimento, a transmissão via *streaming* de partidas de futebol tem sido frequentemente mais realizadas e notadas dentro do território brasileiro, excluindo as transmissões do torneio europeu Champions League via Facebook, assim como as transmissões gratuitas do Esporte Interativo do respectivo torneio. Considerando somente as transmissões envolvendo o futebol brasileiro, algo que se pode ver mais recentemente, temos como exemplo, a vitória do Flamengo sobre o Boavista, por 2 a 0, válida pela 5ª rodada da Taça Rio, no qual foi transmitido pelo próprio clube via Youtube, Facebook, Twitter e MyCujoo. De acordo com as métricas, o jogo ultrapassou a marca dos 2 milhões e 200 mil de espectadores simultâneos dentro dessas plataformas. Este último feito foi possível graças a Medida Provisória 984, assinado no dia 18 de junho de 2020 pelo Presidente da República Jair Messias Bolsonaro, uma medida que alterou algumas regras da Lei Pelé e a Lei do Estatuto do Torcedor, de forma provisória, alterando o direito de arena, o direito de parte do pagamento de direito de arena ao atleta, o prazo mínimo de vigência de contratos de trabalho de atletas profissionais, devido a pandemia da Covid-19. Voltou-se a permitir o patrocínio de emissoras de televisão nos uniformes de clubes que era totalmente proibido desde 2000 por conta de uma ação realizada por parte da diretoria do Club de Regatas Vasco da Gama, na final da Copa João Havelange (Campeonato Brasileiro de 2000):

O Vasco entrou estampando a marca SBT em sua camisa, sem a autorização do mesmo, e obrigou assim a Globo a transmitir durante os 90 minutos de jogo a marca do maior concorrente, tudo isso sem ter um contrato assinado com o SBT. Questionado sobre o por que de ter feito, o presidente do Vasco falou que conhecia o Silvio Santos, dono da empresa, há mais de 30 anos e quis prestar uma homenagem a ele e quando questionado se a atitude era uma provocação à Globo, não respondeu, apenas sorriu. A repercussão desse ato foi tamanha que desde 2000 quando tinha o patrocínio do sabão em pó Ace e aconteceu o caso do patrocínio com o SBT e a Globo, o Vasco não tinha um patrocinador estampado em sua camisa, somente pequenos contratos como o do banco BMG que enquanto Romário estava em busca do milésimo gol estampou sua marca na camiseta do clube; essa situação só foi mudar em 2008 com a

entrada do grupo de engenharia MRV e mesmo assim com um contrato curtíssimo com prazo de um ano. Foram quase oito anos sem um contrato publicitário, pois ninguém queria associar sua marca a um time comandado de forma irresponsável e amadora (PINTO, 2008, p. 24).

Isso fez com que o clube se profissionalizasse evitando este tipo de atitude irresponsável.

4 A PLATAFORMA DE STREAMING DAZN

O *streaming* já já faz parte da indústria do entretenimento (cinema, programas de televisão, séries e músicas). O responsável por essa revolução no esporte é a DAZN, que se pronuncia “The Zone”, a PERFORM Group trouxe o serviço OTT⁵ para o Brasil, com o valor inicial de R\$ 37,90 por mês, mas em 2020 houve um reajuste de valor e passou a custar R\$ 19,90 por mês. A DAZN oferece um mês de serviço gratuito para quem começa a assinar a plataforma e com a possibilidade de cancelar ao término do período de experimentação. A plataforma disponibiliza suas transmissões e conteúdos em HD, a possibilidade de assistir onde e quando quiser, seja pela SmartTV⁶, pelo smartphone, pelo computador e pelo vídeo game⁷. O cliente que tiver interesse em assinar o serviço poderá optar em pagar por cartão de crédito e PayPal, isso aqui no Brasil. Outra novidade da plataforma é que o usuário pode “pausar” a transmissão para ir ao banheiro e quando voltar “reproduzir” do ponto em que parou a transmissão e também tem a opção de “retomar o ao vivo” à qualquer momento.

5 A CRIAÇÃO DA DAZN

Em agosto de 2016, o grupo britânico PERFORM Group (DAZN Group) garantiu o que seria a sua sensação no futuro, a DAZN que na época era apenas uma startup. O serviço de *streaming* da DAZN foi o primeiro canal ao vivo de

⁵ Over the top (OTT) diz respeito à plataformas de distribuição de conteúdos pela internet, no qual o usuário assiste sob demanda. Essa conexão é feita diretamente entre a plataforma e o usuário final, sem intermédio de outras empresas de teletransmissão, por exemplo. Alguns exemplos de plataformas OTT são: Netflix, HBO Go, Hulu, Disney+, HBO Max e PlayPlus, da Record.

⁶ Android TV, LG webOS, Samsung Smart TV, Amazon Fire TV Stick e Apple TV. Estas informações constam no site da DAZN.

⁷ PS4 e Xbox One. Estas informações constam no site da DAZN.

esportes Over the top (OTT) na Áustria, Alemanha, Suíça e posteriormente no Japão. A DAZN revolucionou as transmissões esportivas pela Internet. Os consumidores finalmente podem assistir o seu esporte favorito ao vivo e sob demanda - entre dispositivos, sem pacotes superfaturados e sem longos períodos de contrato.

No Brasil, a DAZN estreou a sua fase beta em março de 2019, e a estreia oficial só ocorreu em maio. Em sua estreia oficial, o serviço já contava com diversos campeonatos e torneios esportivos em seu catálogo. A plataforma também está disponível no Canadá, Estados Unidos, Itália e Espanha.

6 OS DIREITOS DE TRANSMISSÃO DA DAZN

Com a chegada da DAZN no cenário internacional, vários direitos de transmissão de diversos esportes e competições foram adquiridos. No total são 28 esportes: futebol, futebol americano, atletismo, beisebol, basquete, vôlei de praia, boliche, xadrez, esporte de combate, críquete, bilhar, ciclismo, dardos, eSports⁸, hóquei de campo, pesca, golfe, ginástica, handebol, hóquei no gelo, esporte motorizados, luta profissional, rugby, vela, tênis de mesa, tênis, esporte de inverno e volêi. Destes 28 esportes a DAZN tem os direitos de transmissão de 163 competições.

Mas nem todos os direitos adquiridos pela DAZN são igualmente entregues nos países que a plataforma de *streaming* atua, cada direito adquirido tem suas restrições impostas em seus contratos e disponibilidade, e a quantidade de opções em seu catálogo varia de país para país. Os direitos mais importantes em mãos do grupo são UEFA Champions League, Campeonato Inglês (Premier League), Bundesliga, Campeonato Italiano (Serie A), Campeonato Francês (Ligue 1), Campeonato Espanhol (La Liga), NBA, NCAA, NFL, NHL, MLB e diversos outras competições.

No Brasil, a DAZN chegou a ter os direitos de transmissão do Campeonato Italiano (Serie A), Campeonato Francês (Ligue 1), Campeonato Japonês (J.League), Copa Sul-Americana, Recopa Sul-Americana mas decidiu devolver alguns e perdeu outros. Atualmente no Brasil o grupo contém em suas mãos 13 modalidades de

⁸ Esporte eletrônico.

esportes e 38 competições, sendo elas em andamento ou em inatividade. Já no futebol são 14 competições, 7 estão em andamento e estão sendo transmitidas e as outras 7 competições foram concluídas na temporada atual ou ainda serão realizadas, as competições de futebol são:

- Campeonato Inglês (Premier League);
- Copa da Inglaterra (FA Cup);
- Supercopa da Inglaterra (FA Community Shield);
- Copa da Itália;
- Supercopa da Itália;
- Campeonato Turco (Süper Lig);
- Brasileirão Série C;
- Campeonato Paranaense;
- Paulistão Sub-20;
- Major League Soccer (MLS);
- Libertadores Feminina;
- Campeonato Mexicano (Liga MX);
- Copa Africana de Nações;
- Copa Ouro da CONCACAF.

Há conteúdos jornalísticos e de entretenimento lançadas em sua plataforma, como por exemplo: Amor sem Divisão, Eu, Capitão, Quadrado Mágico, The Making of, Saudade, De volta, Versus e Sem Filtro: Flamengo.

Mas devido a pandemia da Covid-19, o futebol parou por um longo período prejudicando também a DAZN, que estava começando o seu investimento no mercado brasileiro, a plataforma perdeu e desistiu de diversos direitos de transmissões de campeonatos já citados, isso com a intenção de cortar os gastos, pois sem jogos, o fluxo de assinantes dentro da plataforma simplesmente eram inexistentes. A pandemia gerou um choque nas mídias que viviam do futebol, com a interrupção de 90 dias do calendário esportivo, assim praticamente todo mundo saiu perdendo. Costa (2020, n.p) revela que “a DAZN era uma startup pronta para crescer muito. Sem ter o que exibir, de acordo com o Financial Times, o dono da empresa, Len Blavatnik, está procurando opções para atravessar a turbulência”.

Em meio a essa turbulência, a DAZN teve a difícil decisão, no dia 8 de setembro de 2020, de comunicar seus funcionários que a empresa iria reduzir

drasticamente sua operação em território brasileiro. Deixando a plataforma com a sua equipe de planejamento dos Estados Unidos, e grande parte de seus produtos e transmissões de jogos serão feitas com profissionais que residem em solo norte americano. Mas não é só no Brasil que a plataforma foi afetada e está sendo obrigada a diminuir a operação, é em todo o mundo, no Brasil só restou os executivos da DAZN Brasil que ficaram com a responsabilidade de cuidar de negociações em território verde e amarelo.

A empresa vai diminuir o seu casting de narradores e comentaristas, que conta com Dudu Monsanto, Rafael Oliveira, Helena Calil, Mariana Fontes, entre outros que atuavam no DAZN no último ano em transmissões de jogos da Série C do Campeonato Brasileiro e da Premier League. Uma equipe será mantida, mas bem menor em relação ao que tinham até bem pouco tempo na empresa (UOL Esporte, 2020).

O revés financeiro é o principal motivo do corte de funcionários, com a perda de assinantes pelo mundo todo e devoluções de diversos direitos de transmissão que só estavam davam prejuízo, a DAZN voltou a ter o seu foco principal somente na Europa e na Ásia, ambos os continentes são a atual maior base de assinantes. Sabiam que o mercado brasileiro seria complicado mas não contava com a pandemia do Novo Coronavírus, assim a plataforma não conseguiu se sustentar no Brasil, mesmo sendo um dos mercados em que não teriam concorrentes e que faltam empresas que oferecem este serviço, a DAZN não conseguiu conquistar e se fixar de vez no país. Não que o Brasil esteja fora dos planos, ao contrário, ainda há a intenção de conquistar o mercado brasileiro, mas será adiado para um momento futuro e a plataforma continuará em atividade por aqui, claro, mas não contará mais com um investimento pesado.

Outro fator que pode prejudicar ainda mais este investimento da DAZN no Brasil é a MP 984 que através dela, o Londrina Esporte Clube entrou na justiça, conseguindo uma liminar para que a empresa de *streaming* não transmitisse seus jogos pelo Campeonato Brasileiro da Série C de 2020, com uma multa de R\$ 100 mil em caso de descumprimento e transmissão do confronto.

O Londrina divulgou que havia conseguido na Justiça barrar a cobertura do DAZN para o confronto, e que iria realizar transmissão própria, cobrando o valor de R\$ 9,90. A decisão foi baseada na MP assinada pelo presidente

Jair Bolsonaro, que concede os direitos de transmissão ao clube mandante da partida (TN Sul, 2020).

Mas como um acordo de transmissão, entre a plataforma e o órgão responsável pelo campeonato, a CBF⁹ foi assinado, o Londrina correu grandes riscos de perder alguns benefícios oferecidos pela entidade esportiva para os clubes participantes da competição, os quais são o custeamento total do transporte e hospedagem da equipe durante toda a competição. Assim, através de uma reunião a diretoria do clube decidiu desistir da ideia para que não houvesse prejuízo para ambas as partes.

7 A LEI PELÉ E A MEDIDA PROVISÓRIA - MP 984 DE 2020

A Lei Pelé ou Lei 9.615/98 foi formulado e aprovado no dia 24 de março de 1998, quando o Pelé era o respectivo Ministro dos Esportes, a lei acabou substituindo a Lei Zico. Ela estabelece normas para diversos assuntos ligados a condução, a prática e a gestão do futebol e do esporte no Brasil que antes não eram devidamente cuidados. A Lei decretou que as loterias federais transferem recursos para o Comitê Paralímpico Brasileiro (CPB), o Comitê Olímpico do Brasil (COB), o Confederação Brasileira de Clubes (CBC) e o Ministério do Esporte. Questões sobre o contrato de trabalho do atleta profissional e entre outros temas também são abordados nesta lei.

A lei estipulou que a participação do atleta em um jogo de futebol e dos demais esportes só deverá ser exercida se ambas as partes, o profissional e o clube tiverem um contrato formal de trabalho assinado, com a obrigatoriedade do registro de tais documentos junto a entidade maior responsável por cada esporte dentro do território brasileiro, no caso do futebol de campo, a CBF. O atleta não poderá ter pendências na justiça desportiva ou cumprindo qualquer alguma penalidade ou suspensão. O atleta terá que estar apto, fisicamente e mentalmente, para realizar atividades e práticas esportivas de um atleta profissional. O objetivo da lei é assegurar a proteção aos direitos reservados aos atletas, que antes da lei não havia tal dispositivo que assegura tais benefícios, a sua criação visou trazer mais

⁹ Confederação Brasileira de Futebol - a entidade máxima do futebol no Brasil.

segurança de forma jurídica para atletas e esportistas. Também trouxe mais transparência e o profissionalismo para o esporte brasileiro.

A Lei Pelé substituiu a antiga Lei Zico (Lei n.º 8.672/93), e por causa dessa mudança gerou grandes polêmicas na época. Muitos consideraram tal ato como uma “clonagem” de praticamente 60% das normas estabelecidas da antiga lei, trazendo poucas novidades e contribuições práticas neste quesito. Outro aspecto polêmico foi o fim do passe, que prejudicou e problematizou o mercado entre empresários e atletas, além de que muitos também acreditaram que a lei possibilitou a inserção de intromissão do Estado dentro do esporte brasileiro, etc.

Ao longo dos anos a lei teve suas mudanças e revisões, a maior parte dessas mudanças foram para adequar e acabar com tais polêmicas mencionadas anteriormente. Uma grande mudança realizada na lei durante duas décadas de existência foi a questão da polêmica envolvendo a obrigatoriedade da transformação de clubes em empresas, que obrigava os clubes brasileiros a se transformarem em empresas após 2 anos depois da promulgação, mas devido a pressão dos clubes este prazo foi estendido para mais um ano. Mas em 2000, com a publicação da Lei n.º 9.981, que obrigou a mudança no artigo 27 da Lei Pelé e acabou tornando tal obrigatoriedade como uma ato facultativo, mas no ano de 2003 outra lei foi publicada, a Lei n.º 10.672 que novamente obrigou uma alteração no Art. 27 da Lei 9.615 “As entidades de prática desportiva participantes de competições profissionais e as entidades de administração de desporto ou ligas em que se organizarem, independentemente da forma jurídica adotada, sujeitam os bens particulares de seus dirigentes ao disposto no art. 50 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002, além das sanções e responsabilidades previstas no caput do art. 1.017 da Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002, na hipótese de aplicarem créditos ou bens sociais da entidade desportiva em proveito próprio ou de terceiros.” (Brasil, 2003).

O § 9º da lei que especifica e torna facultativo tal transformação é a seguinte:

É facultado às entidades desportivas profissionais constituírem-se regularmente em sociedade empresária, segundo um dos tipos regulados nos arts. 1.039 a 1.092 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil (Brasil, 2003).

Tal publicação de lei e que acarretou mudanças de redação da Lei Pelé foi umas das alterações mais importantes realizada na Lei Pelé. Mas no ano de 2020, o então Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, publicou uma Medida Provisória que alterou alguns aspectos da lei e ainda pode futuramente se tornar permanentes ao invés do aspecto provisório.

A Medida Provisória é um ato legislativo e normativo com força de lei editada e publicada pelo Presidente da República quando a situação de determinado tema está em estado de relevância e urgência, assim como ordena o artigo 62 da Constituição Federal.

Já a MP 984 de 2020 que foi editada pelo então Presidente da República Jair Bolsonaro, mexe nos direitos de arena que refere-se aos direitos de transmissões de jogos de futebol em território brasileiro. A Medida Provisória foi publicada no dia 18 de junho de 2020 e alterou questões de duas leis, a Lei Pelé (Lei 9.615/98) e o Estatuto do Torcedor (Lei 10.671/03). Ela deixa que os clubes negociam e vendam seus jogos como mandante livremente ou até mesmo arranje um esquema de transmissão própria do clube. De acordo com o Art. 42 da Lei Pelé:

A prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens, por qualquer meio ou processo, do espetáculo desportivo (Brasil, 1998).

A Medida Provisória inclui também modificações como:

- O pagamento de parte desse direito de arena aos atletas referente aos 5% da receita da transmissão;
- Alterou o prazo mínimo de 90 para 30 dias de vigência dos contratos de trabalho entre o atleta profissional e o clube. Essa alteração visa ajudar os clubes de pequeno porte a finalizarem seus campeonatos regionais e estaduais durante ou até pós pandemia;
- Retirou a proibição de patrocínios de emissoras de TV em uniformes de clubes (proibido desde 2003).

Antes da publicação deste novo texto provisório, a lei dizia que:

O direito de arena pertence aos dois clubes envolvidos em cada partida. Na hipótese de eventos sem definição de mando de campo, a MP diz que a transmissão dependerá da anuência dos dois clubes (O TEMPO, 2020).

Agora, esta nova Medida Provisória que está estabelecida para agir durante sete meses, contando a data da publicação, no dia 18 de junho até o dia 31 de dezembro de 2020, está submetida a uma aprovação do Congresso Nacional, caso ela não venha a ser aprovada e posteriormente venha a caducar, os clubes brasileiros serão liberados para negociar os direitos de transmissões de seus jogos em que são mandantes, sem precisar da liberação do adversário da partida. Porém, no dia 15 de outubro, a MP 984 perdeu a sua validade sem sequer ter sido votada, mas, o fato de ter expirado não diz respeito de que não haverá mudanças no futuro das transmissões envolvendo o esporte no Brasil. Mesmo que a MP tenha “ido por água abaixo”, os Deputados Pedro Paulo do DEM-RJ¹⁰ e André Figueiredo do PDT-CE¹¹ apresentaram algumas propostas de melhorias que seguem a ideia da MP 984, ambos colocaram em pauta projetos de lei¹² que visam novas alterações na Lei Pelé em relação aos direitos de arena, assim como a MP de Jair Bolsonaro.

Porém, ambas as propostas dos deputados tem suas diferenças em relação a MP editada pelo presidente Jair Bolsonaro. O Projeto de lei 4889/2020 proposto por Pedro Paulo propõe a formação de uma liga em 2022, para organizar de todas as questões de direitos de transmissões dos clubes das duas principais divisões do futebol brasileiro, isso de uma forma coletiva. Adotando modelos europeus utilizados na Alemanha, Inglaterra, Espanha, França e Itália. O projeto permite uma brecha para os clubes que não quiserem negociar coletivamente, até 30 dias antes do início da negociação, os não interessados irão ter a oportunidade de negociar pela vendas dos direitos de transmissão individualmente, desde que 70% dos clubes formalizam por escrito um pedido de negociação individual.

E o projeto de lei apresentado por André Figueiredo, a PL 4876/2020, busca mudar a Lei Pelé com a ideia central da MP 984, que diz a respeito do direito exclusivo do mandante na negociação de transmissões. Mas a diferença é que os

¹⁰ Partido Democratas do estado do Rio de Janeiro.

¹¹ Partido Democrático Trabalhista do estado do Ceará.

¹² Um projeto de lei é um tipo de proposta normativa submetida à deliberação de um órgão legislativo, com o objetivo de produzir uma lei. Normalmente, um projeto de lei depende ainda da aprovação ou veto pelo Poder Executivo antes de entrar em vigor.

atletas detenham no mínimo 5% dos valores do contrato entre o clube e a empresa responsável pela transmissão, determina também que este valor seja de natureza trabalhista, fazendo com que a participação do atleta nos direitos de arena seja parte do salário e resgata a presença de sindicatos para cuidar e supervisionar a distribuição dos recursos referentes ao direito de arena.

Agora, somente o futuro irá mostrar se os projetos de lei, apresentados pelos dois deputados, irão ser aprovados e entrar em vigor ou não.

8 O FUTURO DO STREAMING NO FUTEBOL

Com a MP 984/2020 expirada nada irá mudar em relação ao *streaming* de forma imediata, mas caso se os projetos de lei propostos pelos deputados Pedro Paulo e André Figueiredo foram aprovados, a evolução e o futuro do *streaming* no futebol poderá avançar com uma maior velocidade no Brasil. A curto e médio prazo poucos fatores irão mudar, pois caso a PL for aprovada, ela não irá tirar os direitos de transmissão adquiridos de contratos que estão em vigor.

No caso, se o projeto de lei for aprovado no início de 2021, ficará disponível para os clubes cariocas alternativas como negociar com empresas de *streaming* ou até mesmo transmitir em *streaming* próprio, isso a que se refere ao Campeonato Carioca, que teve contrato rescindido pela Rede Globo.

A decisão da Globo de romper o contrato do Carioca em meio à disputa com o Flamengo tem dois objetivos: garantir uma regra jurídica estável para o Brasileiro e se livrar de uma competição pela qual entendia que pagava demais (FogãoNET, 2020).

Já em 2022, o contrato de transmissão do Paulistão e do Campeonato Mineiro também se encerra e em 2024 o contrato de transmissão do Campeonato Brasileiro chegará ao fim, somente ao fim dos contratos vigentes, os clubes poderão usufruir dos benefícios dos Projetos de Lei, caso venham a ser aprovados. E assim o *streaming* poderá enxergar um meio de crescer e entrar de vez na briga com meios tradicionais no Brasil

O futuro será transmissões próprias, mas caberá somente aos clubes com maiores estruturas financeiras, pois o investimento para este meio próprio é alto, envolve equipamentos de altos valores e de alta qualidade para que se mantenha o padrão que os telespectadores estão acostumados a verem pela televisão. Este meio só será lucrativo se houver audiência e torcedores que estejam dispostos a gastar pelo serviço, isso só será viável para clubes de tradição há grandes números de torcedores, mas o fator que pode prejudicar que o brasileiro está acostumado a assistir os jogos de forma gratuita ou pagando um pacote de tv fechada que disponibiliza todos os jogos de determinada competição. Isabella Botelho do Portal Mercadizar.com (2020) afirma que “aqui no Brasil, esta possibilidade vem ganhando força, principalmente após os últimos episódios envolvendo a briga de gigantes entre Flamengo e a Rede Globo”.

Mas o inimigo desta possibilidade é a internet, pois ainda em 2020, poucos brasileiros tem em sua casa uma internet de qualidade que aguarde a demanda de dados do serviço, assim fazendo muitos dos usuários que possuem internet inferior, assistir um jogo com travamentos constantes durante a transmissão.

O *streaming* sim, é uma boa saída para os clubes de futebol, mas o Brasil ainda não oferece condições viáveis para a prospecção de um futuro para *streaming* no futebol em alta escala.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo presente, teve como a finalidade de compreender como tal serviço tem de diferente em relação aos conteúdos televisivos e suas contribuições. Enfim, seu caráter qualitativo manifestou resultados através de análises que teve como objetivo, entender como o *streaming* impactou no futebol brasileiro e o seu futuro respectivamente.

O *streaming* ainda está longe de substituir a televisão como a principal forma de assistir uma transmissão esportiva no Brasil, no caso, o futebol que é o esporte mais recorrente nas telas brasileiras. Mas não podemos desconsiderar o *streaming* como um meio em potencial para as transmissões esportivas em território nacional, pois o *streaming* é realidade em países mais desenvolvidos, como na Europa, Estados Unidos e alguns países da Ásia. Ela está cada vez mais popular entre os

brasileiros em outros campos como no entretenimento (séries, músicas, etc) e está engatinhando para conquistar os brasileiros no meio esportivo, pois os brasileiros antes do surgimento das recentes alternativas de *streaming* esportivo eram forçados a assistir que fosse transmitido em canal aberto ou se quisesse mais alternativas de transmissões, eram obrigados a assinar ou comprar pacotes de TV a cabo ou por assinatura.

O começo da popularização do *streaming* no futebol brasileiro, veio através de insatisfações entre diretorias de dois tradicionais clubes paranaenses e a Rede Globo, no ano de 2017, resultando em um afrontamento diante os clubes e a emissora diante transmissões próprias via internet, após a grande repercussão desse acontecimento, seguindo a onda do *streaming*, o Facebook também viu a oportunidade e decidiu agarrar de vez a chance adquirindo a possibilidade de transmitir em sua plataforma 'Facebook Watch' as duas maiores competições continentais do mundo, a UEFA Champions League e a Copa Libertadores da América. A Champions League tem seus direitos de transmissão divididos entre o Facebook e o grupo Turner (TNT Brasil e Esporte Interativo).

A Champions League no Facebook juntamente com o Esporte Interativo acumulou quebras de recordes de audiências em sequência, um exemplo foi a reta final da Champions de 2019/2020, após o retorno do futebol pós pandemia, na qual os confrontos voltaram nas quartas de finais com jogos únicos até a final, em uma única sede, a cidade de Lisboa em Portugal, os jogos foram disputados em curtos espaços de tempo assim chamando a atenção dos telespectadores, o resultado foi recordes de telespectadores simultâneos em seus jogos. O primeiro recorde veio na semifinal entre RB Leipzig e Paris Saint-Germain, no dia 18 de agosto, que naquela ocasião bateu o recorde até então, com um pico de 2,9 milhões de telespectadores simultâneos, mas alguns dias depois pela final da competição este recorde foi logo superado, no confronto entre Paris Saint-Germain e Bayern de Munique, no dia 23 de agosto, alcançando 4,3 milhões de pessoas simultâneas em um período da transmissão via Facebook Watch.

Nota-se que o *streaming* já contém números expressivos no Brasil, mas até então, restringe-se apenas a transmissões esportivas europeias, pois grande parte de competições nacionais e regionais populares estão em mãos de grandes emissoras de TV aberta, mais especificamente, a Rede Globo.

A Rede Globo que detém grande parte dos direitos televisivos e de transmissões esportivas no Brasil, tem aproveitado da atual situação para expandir seus serviços, montando uma plataforma de transmissão ao vivo de programas através do seu *streaming* Globoplay, com pacotes de canais ao vivo, possibilitando assim a inserção do futebol neste serviço. Será que o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil, que já domina a televisão brasileira também reinará o *streaming* esportivo na República Federativa do Brasil? Possivelmente, esta é a projeção do futuro do futebol e do esporte nas telinhas dos *streamings*, mas a necessidade de uma pesquisa futura será imprescindível para confirmar esta projeção.

Assim, concluo que a pesquisa realizada possui grande relevância de âmbito profissional, pois através dela foi possível obter conhecimento, analisar a situação atual do *streaming* esportivo, observar o rumo da tecnologia e através de dados coletados e estudados, poderá ser usado em minha preparação profissional como jornalista que almeja o campo esportivo. E também contribui socialmente, visto que através deste apanhado de informações, o leitor irá adquirir um embasamento acerca do tema e as complicações vindas da MP 984 de 2020 e da possível inserção dos projetos de leis propostos (PL 4889/2020 e PL 4876/2020), em caso de aprovação das mesmas.

Portanto, é possível observar que o interesse tanto da indústria audiovisual como a do público que as consome, está sim, cada vez mais alto, por conta da possibilidade de consumir conteúdos mais específicos a gosto de cada público.

REFERÊNCIAS

ADÃO, Carlos Manuel Cunha de Jesus; SANTOS, Henrique M. D. **Tecnologias de Streaming em Contextos de Aprendizagem**. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Informação), Guimarães, Universidade do Minho, 2006.

BRASIL. LEI Nº 10.672, DE 15 DE MAIO DE 2003. **Lei da Moralização do Esporte**. Brasília, DF, mai 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.672.htm. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

BRASIL. LEI Nº 9.615, DE 24 DE MARÇO DE 1998. **Lei Pelé**. Brasília, DF, mar 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.672.htm. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

COSTA, Omarson. **Na guerra do streaming, a TV a cabo vai sair do jogo?**: As TVs a cabo se entrincheiravam nos eventos esportivos para estancar a sangria de assinantes. Mas pouco a pouco, do Brasileirão ao críquete na Índia, o público está migrando para a internet. Não há dúvida de que os anunciantes vão seguir a audiência. [S. l.]: NEOFEED, 26 jun. 2020. Disponível em: <https://neofeed.com.br/blog/home/na-guerra-do-streaming-a-tv-a-cabo-vai-sair-do-jogo/>. Acesso em: 24 set. 2020.

DOMANICO, Sergio. **O futuro do streaming. Meio & Mensagem**. 13 de novembro de 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2019/11/13/o-futuro-do-streaming.html>. Acesso em: 01/04/2020.

FOGÃONET. **Globo rompeu contrato do Carioca para garantir estabilidade do Brasileiro e pode pagar menos em 2021**. Disponível em: <https://www.fogaonet.com/noticia/globo-rompeu-contrato-do-carioca-para-garantir-estabilidade-do-brasileiro/>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

GASPARETTO, Thadeu; BARAJAS, Angel. “Muito barulho por nada”? O streaming no futebol brasileiro. **Revista Brasileira de Futsal e Futebol**. v. 10, n.38, 2018. Disponível em: <http://www.rbff.com.br/index.php/rbff/article/view/669/489>. Acesso em: 29/03/2020.

MEIO&MENSAGEM. **O futuro dos cinemas em risco**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniaio/2020/05/22/o-futuro-dos-cinemas-em-risco.html>. Acesso em: 21 de setembro de 2020.

MERCADIZAR.COM. **Mudanças na transmissão do futebol brasileiro abrem espaço para o streaming**. Disponível em: <https://mercadizar.com/noticias/mudancas-na-transmissao-do-futebol-brasileiro-abre-m-espaco-para-o-streaming/>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

O TEMPO. **MP 984: especialistas falam sobre as mudanças no direito de transmissão de jogos**. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/superfc/mp-984-especialistas-falam-sobre-as-mudancas-no-direito-de-transmissao-de-jogos-1.2351043>. Acesso em: 26 de outubro de 2020.

PINTO, Guilherme Gonçalves Varandas. **O marketing esportivo no futebol brasileiro**. 2008. TCC (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1918/2/20515580.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

TN SUL. **Serviço de streaming DAZN confirma transmissão da estreia do Tigre na C**. Disponível em:

<https://tnsul.com/2020/esporte/servico-de-streaming-dazn-confirma-transmissao-da-e-streia-do-tigre-na-c/>.

Acesso em: 26 de outubro de 2020.

UOL ESPORTE. **Como o Facebook conseguiu direitos sobre o primeiro Gre-Nal da Libertadores.** 12 de março de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2020/03/12/como-o-facebook-conseguiu-direitos-sobre-o-primeiro-gre-nal-da-libertadores.htm>. Acesso em: 04/04/2020.