

RELAÇÃO ENTRE A RECEITA DOS DIREITOS DE TRANSMISSÃO E A CLASSIFICAÇÃO FINAL DOS CLUBES QUE DISPUTARAM O CAMPEONATO BRASILEIRO DE FUTEBOL MASCULINO DA SÉRIE A NA TEMPORADA 2021

Alanderson Melo Cordeiro¹, Camilla Borges Pinto¹, Cleiton Pereira Reis¹
Daniel Marangon Duffles Teixeira¹, Mauro Vinícius de Sá¹

RESUMO

As receitas dos clubes de futebol brasileiro provêm, principalmente, dos direitos de televisão. Tal contexto pode interferir nas chances de uma equipe obter uma boa classificação nos campeonatos. Assim, o objetivo deste estudo foi verificar se existe, entre os clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro Masculino de Futebol da Série A, na temporada 2021, uma correlação entre a receita, de direitos de Televisão, e a classificação final no campeonato. Foi realizada uma descrição das receitas de direitos de televisão dos clubes e a classificação final no campeonato brasileiro em questão. Realizou-se um teste de shapiro Wilk, verificou-se que a receita dos clubes não apresenta uma distribuição normal ($p=0,014$). Foi realizado um teste de Spearman para verificar se existe uma correlação entre as variáveis do estudo. Adotou-se um nível de significância de 95%. Utilizou-se para as análises o programa estatístico SPSS, versão 22. A partir dos resultados, observa-se uma relação positiva entre o valor das receitas em direitos de TV e a colocação final no campeonato brasileiro do ano de 2021. Os achados auxiliam na discussão da necessidade de uma maior equidade na distribuição das receitas. Sendo que a distribuição das receitas de tv mostraram-se correlacionadas ao desempenho das equipes e, conseqüentemente, um campeonato brasileiro de futebol mais equilibrado e atrativo ao público, até a rodada final está relacionado a uma distribuição mais equilibrada deste tipo de receita.

Palavras-chave: Futebol. Televisão. Comércio.

E-mail dos autores:
melo.alanderson@gmail.com
camillaborges3@gmail.com
cleitonpreis@yahoo.com.br
profdanielpucminas@gmail.com
maurovsa@hotmail.com

ABSTRACT

Relationship between revenue from broadcasting rights and the final classification of clubs that competed in the Brazilian men's football championship in series a in the 2021 season

The income of Brazilian football clubs comes mainly from television rights. Such context can interfere in the chances of a team to obtain a good classification in the championships. Thus, the objective of this study was to verify if, among the clubs that played in the Brazilian Men's Football Championship of the Series A, in the 2021 season, there is a correlation between the revenue, from television rights, and the final classification in the championship. A description of the clubs' television rights revenues and the final classification in the Brazilian championship in question was made. A Wilk shapiro test was performed, and it was found that the clubs' income does not have a normal distribution ($p=0.014$). A Spearman test was performed to verify if there is a correlation between the study variables. A significance level of 95% was adopted. The SPSS statistical program, version 22, was used for the analyses. From the results, there is a positive relationship between the value of income from TV rights and the final placement in the Brazilian championship of the year 2021. The findings help in the discussion of the need for greater equity in the distribution of revenues. Since the distribution of TV revenues has shown to be correlated with the performance of the teams and, consequently, a more balanced and attractive Brazilian football championship, until the final round is related to a more balanced distribution of this type of revenue.

Key words: Football. Television. Commerce.

1 - PUC Minas, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

INTRODUÇÃO

O campeonato brasileiro de futebol masculino da série A é o evento esportivo nacional mais assistido do país. Cada jogo atrai milhões de espectadores, seja na televisão, rádio, internet ou presencialmente (Aguilar, Prochnik, 2010; Matias, Mascarenhas, 2019).

Segundo dados obtidos pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), a TV Globo, na rodada 38 do campeonato Brasileiro de 2021, exibiu partidas como Flamengo x São Paulo, que teve pico de 5.657 milhões de telespectadores e Internacional x Corinthians com pico de 1.046 milhão de telespectadores, somente na televisão aberta (Vaquer, 2018).

Desta forma, o interesse comercial é enorme. Os 20 principais clubes brasileiros arrecadaram cerca de 7 bilhões de reais no ano de 2021 (Sports Value, 2022).

Para manter o nível de interesse elevado dos espectadores é necessário oferecer a eles a melhor experiência possível, sendo que a competitividade nas partidas é um dos fatores de atração de audiência (Rodrigues, Teixeira, Almeida, 2018).

No futebol, a classificação final de uma equipe pode sofrer interferência de vários fatores, como a história e tradição do clube (Gelade, Dobson, 2007), o mando de campo (Abichéquer, 2020), a torcida (Junior Couto, 2007) e a renda e gestão do clube (Gonçalves e colaboradores, 2020).

Ressalta-se, contudo, um fator que pode interferir no nível competitivo dos campeonatos profissionais de futebol: o orçamento financeiro que cada equipe possui.

Segundo Rodrigues (2018), o equilíbrio das receitas entre as instituições esportivas é um dos principais fatores que influenciam o equilíbrio de um clube em um campeonato.

Um clube equilibrado financeiramente permite consequentemente um maior equilíbrio na disputa do campeonato (Nascimento, 2015), o que significa mais competitividade, mais emoção e, como consequência, maior interesse do campeonato, tanto por parte dos adeptos, como por parte de potenciais investidores.

A presença da televisão transmitindo os eventos esportivos para todos os lugares e em tempo real é um dos três aspectos que demarcam a ruptura total entre a organização do esporte amador/primitiva e

profissional/espetáculo. Os outros dois são: a) investimento financeiro e publicitário na organização esportiva por meio de grandes empresas; b) a competição entre organismos públicos e privados para conquistar os direitos de organização e patrocínio dos espetáculos esportivos (Brohm, 1982; Matias, Mascarenhas, 2019).

Várias modalidades esportivas alteraram suas regras, encurtando o tempo de duração da partida, dessa forma, conseguiram mais espaço nas transmissões televisivas, e por consequência, mais visibilidade e maior aporte financeiro via patrocínios (Aguilar, Prochnik, 2010).

O estudo de Matias e Mascarenhas (2019) destaca que as grandes redes de televisão e o futebol brasileiro apresentam uma relação de dependência mútua. Enquanto as emissoras de televisão utilizam os grandes eventos esportivos como um grande chamariz para a atração de público, os clubes esportivos expõem sua marca e possuem nos contratos com a mídia um importante receita para a manutenção de suas atividades, enfatiza o autor.

De acordo com Santos (2011), o desempenho financeiro passa a ser uma questão relevante no que se refere à saúde dos clubes, com isso, a administração no futebol passa a se preocupar com o desempenho esportivo e o financeiro saudável. Segundo o autor, os clubes dependem da maximização das receitas para possibilitar a contratação de jogadores de alto nível, montar elencos eficientes e por consequência, alcançarem um bom desempenho nas competições.

Nessa perspectiva, para Capelo (2022), a principal fonte de receitas dos clubes brasileiros é obtida através do licenciamento dos direitos de transmissão dos seus jogos para a televisão.

Entende-se, então, que o direito de transmissão de televisão é o resultado do acordo entre uma emissora de telecomunicação com um clube ou organização.

Nos modelos de distribuição das cotas da TV aberta e da TV fechada, os clubes fazem a divisão da porcentagem igualmente e duas porcentagens variáveis de acordo com o número de jogos transmitidos e a posição na tabela (Borges, 2020).

No Brasil cada equipe negocia individualmente com as emissoras, diferente do que acontece nas principais ligas da Europa, onde em cada país existe uma associação que representa todos os clubes daquela divisão.

Desse modo, cabe às ligas negociar com as emissoras de televisão os direitos de transmissão de todos os jogos daquele campeonato na temporada (Rodrigues, Teixeira, Almeida, 2018).

Isso garante às ligas europeias um maior poder de negociação e melhores condições no fechamento dos contratos em relação aos clubes brasileiros.

Observa-se que as equipes não possuem um orçamento igualitário para disputar o campeonato brasileiro de futebol da série A, principalmente no que se diz respeito aos direitos de TV, principal fonte de renda destas instituições. Tal contexto pode interferir diretamente nas chances de uma equipe terminar nas primeiras colocações no final do campeonato, ou seja, ser campeã, classificar-se para a Copa Libertadores, ou mesmo ser rebaixada para a série B.

Assim se faz necessário entender melhor as relações existentes entre as receitas de direitos de TV e a classificação final das equipes. Logo, o objetivo do estudo foi verificar se existe, entre clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro Masculino de Futebol da Série A, na temporada 2021, uma correlação entre a receita de direitos de Televisão e a classificação final no campeonato.

MATERIAIS E MÉTODOS

Procedimentos

A partir dos dados da consultoria XP Investimentos (Grafietti e colaboradores, 2022), foi possível coletar os valores correspondentes aos direitos de televisão que cada um dos 20 clubes recebeu por participar do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino da Série A, temporada 2021. No site da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), encontrou-se a classificação das equipes em tal campeonato (CBF, 2022).

Variáveis do estudo

Receita de direitos de Televisão: consiste na receita de direitos de transmissão

que se obtém a partir do acordo entre um clube e uma emissora de televisão no que diz respeito à transmissão dos jogos e à remuneração que incide sobre isso.

As receitas são estipuladas pelas posições finais do campeonato anterior e do desempenho nas competições durante o ano. Por exemplo, no Brasileiro da Série A, 30% do que vem das TVs, aberta e fechada, são distribuídos pela posição final da classificação, entre o campeão e o 16º colocado, de maneira decrescente de valor. Nas competições em formato de copa, como a Libertadores e a Sul-Americana, o valor corresponde aos direitos de transmissão pagos de acordo com as partidas disputadas. Na 1ª fase, há um valor, que aumenta conforme os clubes avançam (Grafietti e colaboradores, 2022).

Além das receitas dos jogos, os clubes vencedores ganham premiações em dinheiro que levam a um aumento de suas receitas, como, por exemplo, o Palmeiras de 2020, que foi campeão da Copa do Brasil e da Copa Libertadores e gerou um destaque em suas receitas neste ano.

De maneira oposta, o desempenho do Grêmio tem movimentos divergentes aos do Palmeiras, já que o rebaixamento em 2021 reduziu o recebimento dos direitos de transmissão para o Brasileiro Série B do ano seguinte (Grafietti e colaboradores, 2022).

Classificação final das equipes: referente à classificação final que cada um dos 20 clubes ocupou ao final do Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino da Série A, temporada 2021.

Análise dos dados

Foi realizada uma descrição das receitas de direitos de televisão dos clubes e a classificação final no campeonato brasileiro em questão. Realizou-se, também, um teste de Shapiro-Wilk, para analisar se a distribuição dos dados das receitas tinham uma distribuição normal, e foi observado que a receita dos clubes não apresenta uma distribuição normal ($p=0,014$).

Além disso, foi aplicado um teste de Spearman para verificar se existe uma correlação entre as variáveis do estudo. Adotou-se um nível de significância de 95%. Utilizou-se para as análises o programa estatístico SPSS, versão 22.

RESULTADOS

Na Tabela 1, é descrita a receita de direitos de TV, em milhões de reais, dos clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro de Futebol Masculino da Série A, temporada 2021, e suas respectivas posições ao término da competição.

A mediana das receitas de direito de TV dos clubes é de R\$ 150 milhões, sendo que o valor máximo recebido é de R\$ 501 milhões, pelo Flamengo, e o mínimo corresponde a R\$ 40 milhões, pelo Cuiabá, mostrando uma disparidade de 12,5 vezes.

Tabela 1 - Descrição da receita de direitos de TV, em milhões de reais, e classificação das equipes.

Clube	Receita de direitos de TV, em milhões de reais	Classificação final
Flamengo	501	2
Palmeiras	422	3
Atlético-MG	279	1
Corinthians	266	5
São Paulo	243	13
Santos	226	10
Grêmio	191	17
Athletico	189	14
Fluminense	177	7
Internacional	179	12
Bahia	123	18
Fortaleza	108	4
RB Bragantino	108	6
Atlético-GO	100	9
Ceará	91	11
América-MG	72	8
Sport	69	19
Juventude	56	16
Chapecoense	44	20
Cuiabá	40	15

Fonte: XP investimento.

Em outra evidência, a tabela 2 indica uma relação positiva entre o valor da receita em direitos de TV e a colocação final no campeonato brasileiro do ano de 2021. Os

dados revelam um nível de correlação considerado moderado, entre 0,5 e 0,7 (Field, 2009).

Tabela 2 - Correlação entre a receita de direitos de TV e a classificação final das equipes.

Coeficiente de correlação	Nível de significância
0,591	0,006

DISCUSSÃO

O objetivo do estudo foi verificar se existe, entre clubes que disputaram o Campeonato Brasileiro Masculino de Futebol da Série A, na temporada 2021, uma correlação entre a receita de direitos de televisão e a

classificação final no campeonato. Como indicam os resultados, há uma tendência dos clubes que têm mais receita terminarem nas melhores colocações.

Os direitos de transmissão são tão importantes que, segundo o International Olympic Comittee (2023), os seus valores

acumulados com as diversas emissoras parceiras dos Jogos Olímpicos são a maior fonte de receita do evento, superando as cotas dos mais de 50 parceiros comerciais, entre os patrocinadores globais, locais e prestadores de serviços.

Além disso, entre 2013 e 2016, de acordo com o mesmo Comitê, os direitos de transmissão foram responsáveis por expressivos 74% das fontes de receitas do Comitê Olímpico Internacional (COI), cuja totalidade foi de US\$ 5,6 bilhões.

Outros países no mundo possuem ligas para a administração dos direitos de televisão. O modelo inglês é um dos mais conhecidos, consiste na divisão de 50% do valor total de forma igualitária entre todos os 20 clubes da divisão de elite, 25% de acordo com a posição de cada clube na tabela de classificação ao final do campeonato e 25% conforme a audiência televisiva de cada clube. O campeão inglês recebeu cerca de 1,6 vezes mais do que o último colocado no ano de 2021, o que significou que, ao campeão Manchester City, foram pagos 152 milhões de libras, enquanto o último colocado, Sheffield United, recebeu 97,5 milhões de libras (ESPN, 2022).

Em outra perspectiva, a divisão de elite do campeonato espanhol adota um modelo onde 50% do valor total é repartido de forma igualitária entre os 20 clubes, 25% são referentes à classificação de cada clube nas últimas cinco temporadas e 25% através do que a La Liga chama de “implantação social”, uma fórmula que estima a audiência televisiva e a arrecadação de bilheteria de cada clube. O campeão espanhol recebeu cerca de 3,5 vezes mais do que o último colocado. No ano de 2021, o campeão, Barcelona, recebeu 165,5 milhões de euros, enquanto o último colocado, Huesca, obteve 46,8 milhões de euros (ESPN, 2022).

Por sua vez, na Alemanha, a divisão igualitária possui uma porcentagem maior que em outros países, com 53%. A performance dos clubes é medida pelo desempenho nas cinco temporadas anteriores e a valorização dos mesmos em 10 anos, representando 42% do valor. Já 3% são baseados no desempenho das bases das equipes e os últimos 2% pelo interesse do mercado.

Nesse viés, o campeão alemão recebeu cerca de 2 vezes mais do que o último colocado. No ano de 2021, ao campeão, Bayern de Munique, foram destinados 72

milhões de euros, enquanto o último colocado, Arminia Bielefeld, recebeu 35,6 milhões de euros (ESPN, 2022).

Existem dois sistemas possíveis para a venda dos direitos televisivos dos jogos de futebol: um individual e outro coletivo, consoante os direitos televisivos sejam detidos pelos clubes ou detidos pela Liga, que representa todos os clubes (Rodrigues, Teixeira, Almeida, 2018).

As negociações e vendas individuais dos direitos televisivos são mais lucrativas e têm um impacto superior quando comparado aos contratos coletivos de direitos televisivos dos clubes de maior dimensão (Lourengo, 2014), uma vez que os operadores televisivos estão, naturalmente, mais predispostos a investir nos clubes que geram maior audiência televisiva, ou seja, aquelas que têm maior base de adeptos.

Essa métrica aumenta o desequilíbrio entre os clubes brasileiros, fazendo com que Corinthians e Flamengo recebam valores muito superiores aos clubes de menor torcida prejudicando a competitividade dos clubes (Matias, Mascarenhas, 2019).

Conforme aponta Capelo (2022), os clubes brasileiros obtêm sua principal fonte de receita através dos direitos de transmissão de seus jogos, 53% do total, seguidos por negociação de atletas, 18% e por Publicidade e Marketing, com 16% do valor total. Os clubes brasileiros têm uma elevada dependência em relação aos recursos obtidos através de acordos de venda dos direitos de transmissão (Matias, Mascarenhas, 2019).

Pode-se considerar a partir do contexto abordado no atual estudo, a criação de uma liga para negociar os direitos de transmissão de televisão no Brasil se faz necessária para tornar o campeonato mais competitivo e mais igualitário para os clubes. E, baseado nos modelos europeus, poderia se adotar no Brasil o modelo de uma divisão de 50% igual dos direitos de TV, 25% pela performance do ano anterior e 25% pela audiência.

De acordo com Simplício e Fernandes (2022), os problemas para a criação de uma liga estão ligados à forma de mensuração de dados, sendo eles pouco substanciais e muito subjetivos, como, por exemplo, a audiência ou o engajamento. Este é estabelecido em cinco pilares, que são: média de público nos estádios; base de assinantes no streaming; número de

seguidores nas redes sociais; audiência na TV aberta e tamanho da torcida, mas, mesmo assim, gera polêmicas para seus valores finais.

Dessa forma, os clubes até tentam se alinhar, mas uma parte sempre sai insatisfeita e a criação da liga acaba sendo adiada. O Flamengo e Corinthians são os maiores limitadores para a criação da liga, uma vez que, são os mais beneficiados com o modelo atual (Simplicio, Fernandes, 2022).

Delimitou-se no atual estudo verificar apenas as fontes de TV, não foi possível verificar as outras fontes de renda, já que a maior parte dos clubes não possui portal de transparência (Capelo, 2021), e por consequência suas receitas não ficam expostas para que os torcedores possam analisar e fiquem cientes da situação financeira e da gestão dos recursos do clube.

CONCLUSÃO

Pode-se concluir que a receita de direitos de TV é um fator que está relacionado à colocação das equipes para o campeonato investigado.

Nesse sentido, surge a necessidade de se discutir uma forma mais igualitária de distribuição das verbas de TV para os clubes brasileiros de futebol, principal fonte de receita das equipes.

A competitividade do campeonato também é afetada pela diferença grande na distribuição dos direitos de transmissão.

Tal contexto poderia, em tese, fornecer melhores condições para que as equipes com menos recursos financeiros sejam competitivas frente às equipes mais populares do país.

Os achados auxiliam na discussão da necessidade de oferecer ao consumidor brasileiro a melhor experiência possível, visando proporcionar um maior equilíbrio de desempenho entre as equipes e, consequentemente, um campeonato brasileiro de futebol mais equilibrado e atrativo ao público, até a rodada final.

Sugere-se que novos estudos sejam realizados, principalmente encomendados pelos próprios clubes ou pela CBF, relacionando as receitas dos clubes com a administração deles, o tamanho da torcida, o tamanho da dívida, entre outros fatores, para o melhor entendimento do cenário organizacional do futebol brasileiro.

REFERÊNCIAS

1-Abichéquer, B. A influência da torcida no futebol brasileiro. Footure. 2020. 28/08/2020. Disponível em: <<https://footure.com.br/a-influencia-da-torcida-no-futebol-brasileiro/>>

2-Aguiar, L.A.; Prochnik, L. Quanto vale uma partida de futebol? A relação entre televisão e futebol no cenário midiático contemporâneo. Logos. Vol. 17. Núm. 2. p. 51-64. 2010.

3-Borges, A. Como funcionam os direitos de transmissão no futebol?. Ciência da Bola. 2020. 7/10/2020. Disponível em: <<https://www.cienciadabola.com.br/blog/direitos-de-transmissao-no-futebol>>

4-Brohm, J. Sociología Política del Deporte. México: Fondo de Cultura Económica. 1982.

5-Capelo, R. Finanças do futebol brasileiro em 2021: receitas voltam a crescer, mas clubes ainda enfrentam dívidas e crises. Negócios do esporte, Globo esporte. 13/06/2022. Disponível em: <<https://ge.globo.com/negocios-do-esporte/noticia/2022/06/13/financas-do-futebol-brasileiro-em-2021-receitas-voltam-a-crescer-mas-clubes-ainda-enfrentam-dividas-e-criises.ghtml>>

6-Capelo, R. O ranking dos clubes mais transparentes e confiáveis do futebol brasileiro em 2020/2021. Blog do Rodrigo Capelo, Globo esporte. 2/06/2021. Disponível em: <<https://ge.globo.com/blogs/blog-do-rodriigo-capelo/post/2021/06/02/o-ranking-dos-clubes-mais-transparentes-e-confiaveis-do-futebol-brasileiro-em-20202021.ghtml>>

7-CBF. Confederação Brasileira de Futebol. CBF. Campeonato Brasileiro de 2021 série A. 2022. Acesso em 10/08/2022. Disponível em: <<https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro/competicoes/campeonato-brasileiro-serie-a/2021>>

8-ESPN. De Premier League a LaLiga: como é feita divisão do dinheiro de TV nas grandes ligas da Europa que inspiram clubes brasileiros. ESPN Futebol. 2022. 10/05/2022. Disponível em: <https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/10>

346840/premier-league-laliga-como-feita-divisao-dinheiro-tv-grandes-ligas-europa-inspiram-clubes-brasileiros>

9-Field, A. Discovering Statistics Using SPSS. 3rd Edition, Sage Publications Ltd. London. 2009.

10-Gelade, G. A.; Dobson, P. Predicting the Comparative Strengths of National Football Teams. Social Science Quarterly. Vol. 88. Núm. 1. p. 244-258. 2007.

11-Gonçalves, R. S.; Mendes, R. C.; Henriques, F. M.; Tavares, G. M. A influência do rendimento esportivo no desempenho econômico-financeiro: uma análise com clubes de futebol brasileiros durante 2013-2017. Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão. Vol.18. Núm.17. p. 239-250. 2020.

12-Grafiatti, C. Relatório Convocados: Finanças, História e Mercado do Futebol Brasileiro 2021. XP. p. 35-43. 1 de junho de 2022.

13-International Olympic Committee - IOC. IOC Marketing: media guide - Olympic Games. 2023. 10/01/2023. Disponível em: <<https://olympics.com/en/olympic-games>>

14-Junior Couto, J. M. A influência da torcida na performance de jogadores brasileiros de Futsal: um viés da Psicologia do Esporte. Motriz. Vol. 13. Núm. 4. p.259-265. 2007.

15-Lourenço, A. A Relação entre as Receitas e o Sucesso Desportivo dos Clubes de Futebol. Dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing. Instituto Português de Administração e Marketing. Porto. 2014.

16-Matias, W. B.; Mascarenhas, F. "Olho no lance": a relação entre mídia e futebol. Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura. Vol. 8. Núm. 2. p. 1-25. 2019.

17-Nascimento, J.; Nossa, V.; Bernardes, J.R.; Souza, W.D. A eficiência dos maiores clubes de futebol brasileiros: evidências de uma análise longitudinal no período de 2006 a 2011. Contabilidade Vista & Revista. Vol. 6. Núm. 2. 2015.

18-Rodrigues, D. F.; Teixeira, M. R.; Almeida, M. C. Os direitos televisivos no futebol profissional - uma nova proposta de modelo de centralização para a I Liga Portuguesa. Revista de Gestão e Negócios do Esporte. Vol. 3. Núm. 2. p. 242-255. 2018.

19-Santos, A. Gestão econômico-financeira dos clubes de futebol versus desempenho de ranking de clubes da CBF: uma aplicação da análise das componentes principais. XIV Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais. FGV-EASP. 2011.

20-Simplício, R.; Fernandes, T. Por que o "engajamento" é um dos grandes entraves da Liga de Clubes do Brasil?. GOAL. 7/05/2022. Disponível em: <<https://www.goal.com/br/not%C3%ADcias/por-que-o-engajamento-e-um-dos-grandes-entraves-da-liga-de-clubes-do-brasil/bltd51144fbeb5e955e>>

21-Sports Value Finanças TOP 20 clubes brasileiros 2021. O ano da retomada, marketing mostrou sua força. Inclui estratégias disruptivas para clubes. Sports Value. p. 3-94. 2022.

22-Vaquer, G. Globo supera 40 pontos de audiência no RJ e no RS em decisão do Brasileiro. UOL. 2018. 25/02/2021. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/gabriel-vaquer/2021/02/25/com-decisao-do-brasileirao-globo-ultrapassa-marca-de-40-pontos-no-rj-e-rs.htm>>

Recebido para publicação em 27/01/2023
Aceito em 17/03/2023